

SUSTAINABLE VALUE REPORT 2016



**BMW
GROUP**

THE NEXT
100 YEARS 



Rolls-Royce
Motor Cars Limited

INHALT

→ Siehe Seite 22



→ Siehe Seite 32



→ Siehe Seite 55



→ Siehe Seite 84



→ Siehe Seite 101



Vorwort	3
BMW Group im Überblick	5
Wertschöpfungskette	6
Wesentliche Kennzahlen	7
1	
Strategie	8
2	
Produkte und Dienstleistungen	
2.1 CO ₂ - und Schadstoffemissionen	23
2.2 Elektromobilität	33
2.3 Mobilitätsverhalten	40
3	
Produktion und Wertschöpfung	
3.1 Ressourcenverbrauch	56
3.2 Erneuerbare Energien	67
3.3 Nachhaltige, ressourceneffiziente Lieferkette	71

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

4.1 Gesundheit und Leistungsfähigkeit	85
4.2 Langfristige Mitarbeiterentwicklung	91
4.3 Vielfalt	97
4.4 Interkulturelle Verständigung	102

5

Fundamente

5.1 Kundenzufriedenheit	109
5.2 Produktsicherheit	111
5.3 Compliance und Menschenrechte	114
5.4 Wirtschaftliche Effekte	118
5.5 Stakeholderengagement	120
5.6 Verankerung der Nachhaltigkeit	126

Weiterführende Kennzahlen	128
---------------------------	-----

GRI G4 Content Index	149
----------------------	-----

Anhang	183
--------	-----

→ Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Anhang

Nachhaltig wirtschaften

Nachhaltigkeit bedeutet für uns: die Zukunft der BMW Group zu gestalten. 2016 hat das Unternehmen 100-jähriges Jubiläum gefeiert. Diesen großen Meilenstein haben wir zum Anlass genommen, nach vorn zu schauen. Unserer Vorstellung von der Mobilität der Zukunft haben wir mit unseren Visionsfahrzeugen ein Gesicht gegeben.

Nachhaltigkeit – nicht nur bei unseren Fahrzeugen, sondern in der gesamten Wertschöpfung – betrachten wir als Voraussetzung für die individuelle Mobilität von morgen sowie für deren Akzeptanz in der Gesellschaft.

Nur wer nachhaltig agiert, kann auf lange Sicht erfolgreich sein.

Seit 2001 setzen wir die zehn Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen an allen Standorten weltweit konsequent um. Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie unterstützen wir die von den Vereinten Nationen im Herbst 2015 verabschiedeten Sustainable Development Goals.

Nachhaltigkeit ist nicht nur zu einem Erfolgsfaktor für unternehmerisches Handeln geworden. Immer stärker verbirgt sich dahinter auch eine Frage des individuellen Lebensstils. Ein solcher Lebensstil wird als Bereicherung empfunden und ist eine bewusste Entscheidung vieler Menschen in aller Welt. Wie viele Emissionen ein Fahrzeug emittiert und welche Rohstoffe und Materialien bei der Herstellung verwendet werden – diese und weitere Gedanken beeinflussen heute die Kaufentscheidung vieler Kunden.



Harald Krüger

Vorsitzender des Vorstands der BMW AG, bei einem Workshop
gemeinsam mit Nachwuchskräften des Unternehmens

→ Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Anhang

Die BMW Group hat sich dazu zehn langfristige Nachhaltigkeitsziele über die gesamte Wertschöpfungskette gesetzt.

Unsere Fahrzeuge mit Efficient Dynamics Technologie, Plug-in-Hybrid-Antrieb oder Elektromotor, gepaart mit innovativen Mobilitätsdienstleistungen, bilden heute die Basis für unseren Geschäftserfolg. In der Produktion achten wir konsequent auf den effizienten Einsatz von Ressourcen. Das hilft der Umwelt und senkt unsere Kosten. Auch unsere vielfältigen gesellschaftlichen, sozialen und kulturellen Projekte in aller Welt leisten einen wichtigen Beitrag und helfen, die Reputation des Unternehmens langfristig zu sichern.

Wir verringern kontinuierlich die CO₂-Emissionen unserer Fahrzeugflotte. Die Elektromobilität hat daran erheblichen Anteil.

In unserer Strategie NUMBER ONE > NEXT bekennen wir uns klar zu elektrifizierten Antrieben. Entsprechend bauen wir den Anteil elektrifizierter Modelle über alle Marken und Baureihen aus. Insgesamt haben wir bisher mehr als 100.000 Elektrofahrzeuge und Plug-in-Hybride verkauft. Diese Zahl wollen wir nun allein im Jahr 2017 erreichen. Damit leisten wir einen Beitrag zur Reduktion von Treibhausgasemissionen und zur besseren Luftqualität.

Eine unserer Aufgaben ist es, die urbane Mobilität neu zu gestalten. Deshalb haben unsere Experten im vergangenen Jahr den Kontakt zu Stakeholdern in verschiedenen Metropolen der Welt gesucht und mit ihnen über konkrete Herausforderungen und Lösungsansätze diskutiert. Der Input unserer Stakeholder fließt kontinuierlich in unseren Strategieprozess ein.

Mit innovativen Dienstleistungen wie unseren Carsharing-Angeboten DriveNow und ReachNow gehen wir auf die individuellen Mobilitätsanforderungen der Menschen in den Städten ein. Dieses Angebot bauen wir im Rahmen der Strategie NUMBER ONE > NEXT weiter aus.

Die BMW Group befindet sich im Jahr 1 nach ihrem Jubiläum. Wir wollen auch künftig mit dem Geschäftsmodell Premiummobilität und Premiumservices erfolgreich sein. Nachhaltigkeit ist aus diesem Grund fester Bestandteil unseres Denkens und Handelns.

Das entspricht unseren Werten: Vertrauen, Offenheit, Wertschätzung, Verantwortung und Transparenz. Diese Haltung ist Teil der Strategie NUMBER ONE > NEXT. Sie spiegelt sich in unserer effizienten Wertschöpfung und unseren emotionalen Produkten wider – ganz im Sinne unserer Kunden, all unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie unserer Partner in Gesellschaft und Handel weltweit.

Harald Krüger

Vorsitzender des Vorstands der BMW AG

BMW GROUP IM ÜBERBLICK

Konzernergebnis vor
Steuern 2016 in Mio. €

9.665

↗ 2016

9.224

2015

Forschungs- und Entwicklungs-
leistungen 2016 in Mio. €

5.164

↘ 2016

5.169

2015

Mitarbeiter der BMW Group 2016
Anzahl

124.729

↗ 2016

122.244

2015

→ GRI G4-9

Unser Geschäftsmodell

Vision 2020

„Die BMW Group ist der
erfolgreichste und
nachhaltigste Premium-
anbieter für individuelle
Mobilität.“

Automobile
und Motorräder

Marken: BMW, MINI, Rolls-Royce;
31 Produktions- und Montage-
stätten in 14 Ländern;
rund 6.000 Handelsbetriebe
in mehr als 150 Ländern



Mobilitäts-
dienstleistungen

🔌 ChargeNow 🚗 DriveNow



Finanz-
dienstleistungen

in über 150 Ländern

Ausgelieferte
Automobile 2016 in Tsd.

2.367,6

↗ 2016

2.247,5

2015

CO₂-Emissionen der BMW Group
Automobile 2016 in g/km*

124

↘ 2016

127

2015

*Flottenverbrauch der neu zugelassenen Fahrzeuge in Europa (EU-28)

Investitionen in Aus- und
Weiterbildung 2016 in Mio. €

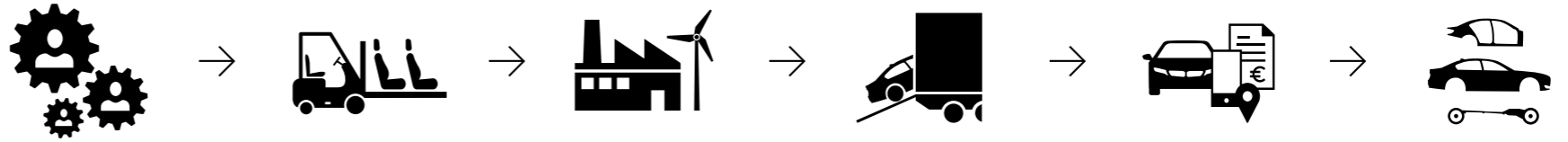
352

→ 2016

352

2015

WERTSCHÖPFUNGSKETTE



FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG	LIEFERKETTE	PRODUKTION	LOGISTIK UND TRANSPORT	VERTRIEB UND NUTZUNG	VERWERTUNG
von Produkten und Dienstleistungen				von Fahrzeugen und Dienstleistungen	
KERNTÄTIGKEITEN					
Entwicklung innovativer, faszinierender Automobile, Motorräder und Dienstleistungen — Konzeption — Serienentwicklung — Produktionsplanung	Globale Zusammenarbeit mit Lieferanten zur Beschaffung von — Modulen/Systemen — Komponenten — Teilen — Rohmaterialien	Herstellung von Automobilen und Motorrädern durch eine fachlich ausgezeichnete und vielfältige Belegschaft — Motorenbau — Karosseriebau — Lackiererei — Montage — Qualitätskontrolle	Sicherung einer kundenorientierten Transportabwicklung im Netzwerk von — Zulieferern — Werken — Händlern rund um den Globus durch optimale Abstimmung verschiedener Verkehrsträger	Angebot von Premium-Produkten und -Dienstleistungen für individuelle Mobilität durch — Koordination eines weltweiten Händler-/Werkstattnetzwerks — Umsetzung eines abgestimmten und zielgruppenorientierten Marketingmix — Bereitstellung von Finanzierungsleistungen	Rücknahme und Demontage von Automobilen — Wiederverwendung — Recycling und Beseitigung von Fahrzeugkomponenten und Materialien
HANDLUNGSFELDER					
— Umweltgerechtes Produktdesign — Design for Recycling — Entwicklung effizienter und alternativer Antriebe (Efficient Dynamics Strategie) — Planung und Entwicklung neuer Mobilitätsdienstleistungen — Connected Drive, digitale Vernetzung — Life Cycle Engineering — Gewährleistung von Cyber-Sicherheit und Datenschutz	— Umsetzung von Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette — Förderung der Transparenz und Ressourceneffizienz in der Lieferkette — Bezug von Rohstoffen aus ökologischem und sozial verträglichem Abbau — Bezug von nachwachsenden Rohstoffen und Materialien mit nachhaltigen Eigenschaften, z. B. Sekundäraluminium	— Reduktion des Ressourcenverbrauchs (Energie, Wasser, Abfall) — Reduktion umweltschädlicher Abwässer und Emissionen — Einsatz von Recyclingmaterial — Förderung des lebenslangen Lernens und der Entwicklung von Schlüsselqualifikationen der Mitarbeiter — Förderung der Vielfalt im Unternehmen — Schaffung eines Arbeitsumfelds zum Erhalt der langfristigen Gesundheit und Leistungsfähigkeit	— Produktion in den Absatzmärkten — Erhöhung des Anteils von Transportmitteln mit geringen Emissionen — Optimierung der Auslastung der Transportmittel	Förderung nachhaltigen Mobilitätsverhaltens durch — Information (u. a. Verbrauchsdaten der Fahrzeuge) und Trainings zum sparsamen Fahren — Connected Drive — Mobilitätsdienstleistungen im Bereich Elektromobilität, z. B. 360°ELECTRIC — Carsharing-Angebote (DriveNow) — Dienste zur Mobilitätsassistenz — Mobilitätsdienstleistungen zur Förderung intermodaler Mobilität	— Ausbau und Pflege eines Netzes für Rücknahme und Verwertung von Fahrzeugen — Forschung zur Verwertung und Zweitverwendung von Komponenten (z. B. CFK und Batterien)

WESENTLICHE KENNZAHLEN

Wesentliche Kennzahlen 5-Jahres-Überblick

	2012	2013	2014	2015	2016	Veränderung in % gegenüber Vorjahr
GESCHÄFTSTÄTIGKEITEN						
Umsatz (in Mio. €)	76.848	76.059	80.401	92.175	94.163	2,2
Ergebnis vor Steuern (in Mio. €)	7.803	7.893	8.707	9.224	9.665	4,8
Auslieferungen Automobile (in Tsd.)	1.845,2	1.963,8	2.118,0	2.247,5	2.367,6	5,3
PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN						
CO ₂ -Emissionen der BMW Group Automobile (EU-28) (in g/km)	138	133	130	127	124	-2,4
Auslieferung elektrischer und elektrifizierter Fahrzeuge (Anzahl) ¹	—	311	18.000	32.000	62.000	93,8
DriveNow und ReachNow Nutzer (Anzahl) ²	75.000	214.000	395.000	579.000	853.000	47,3
PRODUKTION UND WERTSCHÖPFUNG						
Energieverbrauch je produziertes Fahrzeug (in MWh/Fahrzeug)	2,41	2,36	2,25	2,19	2,21	0,9
Wasserverbrauch je produziertes Fahrzeug (in m ³ /Fahrzeug)	2,22	2,18	2,18	2,24	2,25	0,4
Prozessabwasser je produziertes Fahrzeug (in m ³ /Fahrzeug)	0,51	0,47	0,47	0,45	0,42	-6,7
CO ₂ -Emissionen je produziertes Fahrzeug (in t/Fahrzeug)	0,72	0,68	0,66	0,57	0,54	-5,3
Abfall zur Beseitigung je produziertes Fahrzeug (in kg/Fahrzeug)	6,47	5,73	4,93	4,00	3,51	-12,3
Emissionen VOC (flüchtige organische Lösungsmittel) je produziertes Fahrzeug (in kg/Fahrzeug)	1,78	1,59	1,29	1,22	1,14	-6,6
Anteil Strom fremd aus erneuerbaren Energien (in %) ³	36	48	51	58	63	8,6
Anteil produktionsrelevantes Einkaufsvolumen im CDP Supply Chain Programm (in %)	—	—	45	53	69	30,2
MITARBEITER UND GESELLSCHAFT						
Mitarbeiter der BMW Group am Jahresende (Anzahl)	105.876	110.351	116.324	122.244	124.729	2,0
Fluktuationsquote der BMW AG (in % vom Personalstand)	3,87	3,47	1,41	2,08	2,70	29,8
Frauenanteil an der Gesamtbelegschaft der BMW Group (in %)	16,8	17,4	17,8	18,1	18,70	3,3
Frauenanteil in Führungspositionen der BMW Group (in %)	12,7	13,8	14,2	14,5	15,30	5,5
Durchschnittliche Fort- und Weiterbildungstage pro Mitarbeiter in der BMW Group (Tage je Mitarbeiter)	3,7	3,5	3,9	4,1	3,80	-7,3
Unfallhäufigkeitsrate der BMW Group (je 1 Mio. geleistete Arbeitsstunden)	5,8	4,8	5,1	4,4	4,00	-9,1
Spendenausgaben der BMW Group (in Tsd. €)	9.638	8.485	10.199	17.066	70.356	312,3
Höhe der Ausgaben für gesellschaftliches Engagement (in Tsd. €)	31.979	28.944	34.524	39.109	87.837	124,6

¹ Plug-in-Hybrid- und batterieelektrische Fahrzeuge. Ab 2014 auf Tausender gerundet

² gerundet auf Tausender

³ bestimmt aus den eingekauften Grünstrommengen sowie für den restlichen Fremdstrombezug konservativ berechneten länderspezifischen Stromanteilen aus erneuerbaren Energien (Anpassung der Methodik für Deutschland und Österreich seit 2012 und zusätzlich UK ab 2016 durch Verwendung der Transparenzangaben in den Lieferantenrechnungen). Zahlen ab 2015 nicht direkt mit den Zahlen für 2012–2014 vergleichbar. Zahlen ab 2015 schließen alle BMW Group Produktionsstandorte sowie Zentralfunktionen, Entwicklung und Verwaltung München/DE ein.

Einführung

1

→ **Strategie**

2

**Produkte
und Dienstleistungen**

3

**Produktion
und Wertschöpfung**

4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Anhang

STRATEGIE

1

1.0 STRATEGIE

UNSER ANSPRUCH

Die BMW Group ist der erfolgreichste und nachhaltigste Premiumanbieter für individuelle Mobilität.

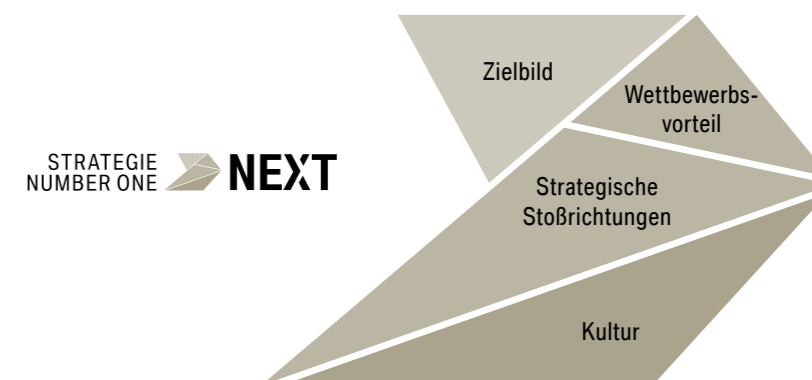
Zur Sicherung unserer Zukunftsfähigkeit integrieren wir Nachhaltigkeit konsequent in unser Geschäftsmodell und bauen diese Integration weiter aus. Wir sehen die globalen Nachhaltigkeitsherausforderungen als Chance für die Entwicklung innovativer Produkte und Dienstleistungen. Auf diese Weise trägt Nachhaltigkeit dauerhaft zum ökonomischen Erfolg der BMW Group bei. Unsere Innovationen sollen nicht nur den Nutzen für unsere Kunden steigern, sondern darüber hinaus eine positive gesellschaftliche und ökologische Wirkung entfalten.

Die Wahrnehmung von sozialer und ökologischer Verantwortung gehört für uns zum unternehmerischen Selbstverständnis. Wir sind davon überzeugt, dass verantwortungsvolles Handeln und gesellschaftliche Akzeptanz für Unternehmen immer wichtiger werden, um wirtschaftlich erfolgreich zu sein und zu bleiben. Indem wir effizient und ressourcenschonend produzieren und unseren Kunden zukunftsweisende Lösungen für eine nachhaltige individuelle Mobilität anbieten, möchten wir langfristig einen eindeutigen Wettbewerbsvorteil erzielen. Deshalb ist Nachhaltigkeit integraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie NUMBER ONE > NEXT.

Diese neue Unternehmensstrategie NUMBER ONE > NEXT haben wir 2016 präsentiert, um die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft zu stellen. Die konsequente Integration von Nachhaltigkeit in unsere Strategie zeigt sich anhand der in diesem Bericht beschriebenen Aktivitäten entlang der Wertschöpfungskette: von den Nachhaltigkeitsanforderungen im Beschaffungsprozess über die Gestaltung unserer Produkte bis hin zum Aufbau neuer Geschäftsfelder, wobei Nachhaltigkeit in das jeweilige Geschäftsmodell integriert wird.

Strategie NUMBER ONE > NEXT

→ G1.01



1

→ Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Anhang

Nachhaltigkeit ist ein zentraler Bestandteil in den strategischen Stoßrichtungen der Strategie NUMBER ONE > NEXT und trägt wesentlich zum Erreichen eines Wettbewerbsvorteils bei. Die Nachhaltigkeitsstrategie ist mit der Unternehmensstrategie konsistent und führt die konsequente Integration von Nachhaltigkeit fort. Die Entwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie basiert auf der Identifizierung wesentlicher Themen. Die Ergebnisse dieser Wesentlichkeitsanalyse sind in der Materialitätsmatrix → dargestellt. Auf dieser Grundlage überprüfen wir regelmäßig unsere strategische Ausrichtung sowie unsere Nachhaltigkeitsziele und -maßnahmen.

Auch der vorliegende Bericht baut auf der Nachhaltigkeitsstrategie auf. Die Berichtsgliederung orientiert sich an den langfristigen Nachhaltigkeitszielen der BMW Group. Die Gewichtung der Themen basiert auf der Wesentlichkeitsanalyse.

Wesentliche Themen identifizieren

Um Themen, die heute und in Zukunft Chancen oder Risiken für unser Geschäft bedeuten können, rechtzeitig zu erkennen und unsere Aktivitäten zu fokussieren, scannen wir externe Veränderungen durchgängig mit einem „Umfeldradar“. Dabei beachten wir sowohl die öffentliche Diskussion als auch die politische Agenda, so zum Beispiel die Weltklimakonferenz → und die Sustainable Development Goals → . Zusätzlich führen wir regelmäßig eine Wesentlichkeitsanalyse durch, um relevante Themen zu identifizieren. Dazu analysieren wir aktuelle Nachhaltigkeitsthemen hinsichtlich ihrer Bedeutung, sowohl aus der Sicht verschiedener Stakeholdergruppen als auch aus Unternehmensperspektive. Die im „Umfeldradar“ beobachteten Veränderungen fließen auch hier als Grundlage für die Themenfindung und zur Validierung der Ergebnisse in den Wesentlichkeitsprozess mit ein.

→ Siehe
Infobox auf
Seite 15

→ Siehe
Grafik 1.02

→ Siehe
Infobox auf
Seite 14

1

→ Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Anhang

Wesentlichkeitsanalyse

Zur aktualisierten Themenbewertung aus externer Perspektive fanden im Rahmen des Review-Prozesses im Jahr 2015 eine Befragung interner Fachexperten und Telefoninterviews mit 13 repräsentativen Stakeholdern statt. Zu den Interviewpartnern zählten Kunden, Lieferanten, Investoren, Behörden, NGOs und Wissenschaftler aus unterschiedlichen Regionen. Die Themen wurden zudem von Fachexperten aus der BMW Group bewertet, die in regelmäßigem Kontakt mit den zentralen Stakeholdern stehen. Die bewertete Themenliste wurde auf Basis der BMW Group Themenliste 2013, der durchgeführten Stakeholderdialoge, der → **GRI G4 Leitlinien**, des → **UN Global Compact**, der wesentlichen Themen des → **Sustainability Accounting Standards Board (SASB)** und der → **UN Sustainable Development Goals (SDG)** weiterentwickelt.

Ergänzt wurde die Analyse durch eine interne Dokumentenanalyse zum Nachhaltigkeitskontext. Zur Aktualisierung der internen Perspektive führten wir einen Wesentlichkeitsworkshop durch und priorisierten relevante Nachhaltigkeitsthemen aus Sicht der BMW Group. Die relevanten Bereiche des Unternehmens (unter anderem Strategiestellen der Ressorts) sowie entsprechende Führungskräfte validierten im Anschluss die Wesentlichkeitsmatrix.

→ GRI G4-18

Aus dem Review-Prozess ging eine aktualisierte Materialitätsmatrix hervor. Dabei wurden Themen als hoch wesentlich eingestuft, die sowohl von Stakeholdern als auch von der BMW Group als sehr relevant betrachtet wurden. Des Weiteren wurden Themen zusätzlich aufgenommen, wenn sie von einer der befragten Stakeholdergruppen zu den drei wichtigsten Themen gezählt wurden. Diese zusätzlich aufgenommenen Themen sind in der Materialitätsmatrix mit einem Stern gekennzeichnet. Insgesamt wurden im Rahmen der Analyse 19 Themen als hoch wesentlich identifiziert →. → GRI G4-19, GRI G4-26, GRI G4-27 Diese Themen hatten auch im Jahr 2016 Bestand. Im Dialog mit unseren Stakeholdern wurden ausgewählte Themen aus dieser Liste diskutiert →.

→ Siehe
Grafik 1.02

→ Siehe
Kapitel 5.4

1

→ Strategie

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

5

Fundamente

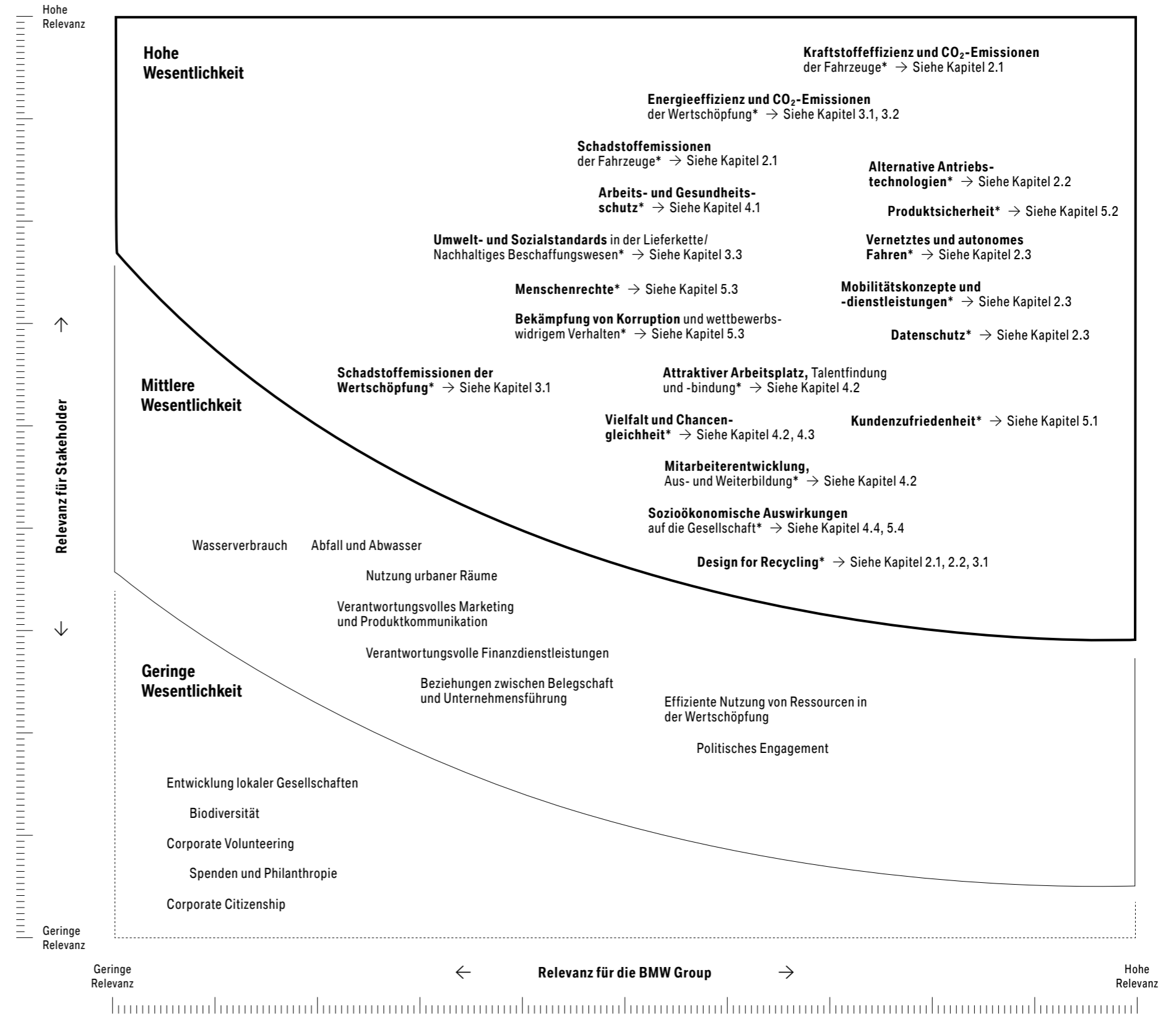
Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Anhang

Materialitätsmatrix

→ G1.02



* Diese Themen wurden als hoch wesentlich eingestuft, da sie unter die drei wichtigsten Themen für die berücksichtigten Stakeholdergruppen fallen. Weiterführende Informationen: → **Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen der BMW Group**

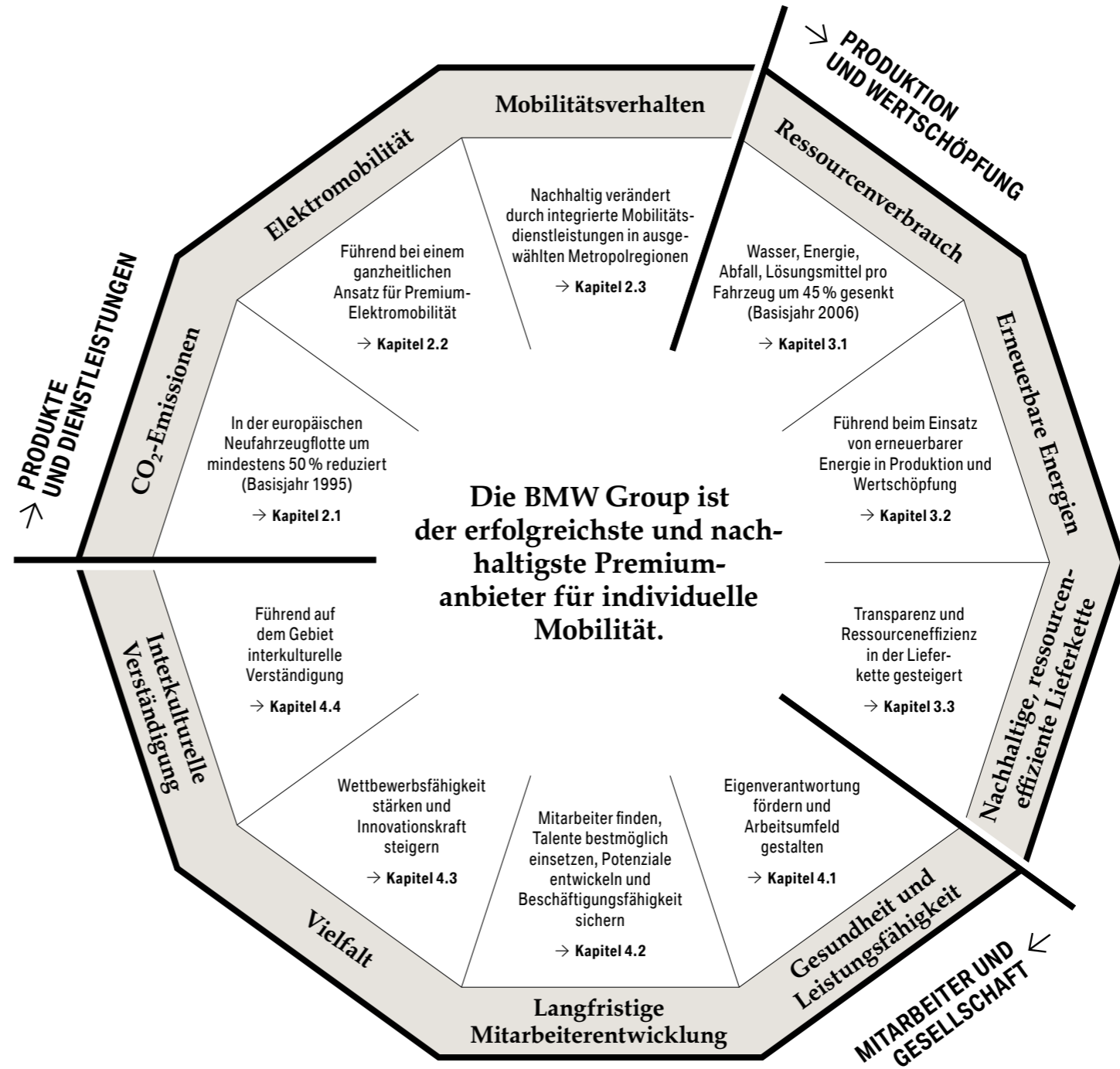
Langfristige Nachhaltigkeitsziele verfolgen

Die BMW Group hat sich zehn strategische Nachhaltigkeitsziele gesetzt, die bis in das Jahr 2020 reichen. Darin konzentrieren wir uns auf drei Themenfelder:

- Produkte und Dienstleistungen
- Produktion und Wertschöpfung
- Mitarbeiter und Gesellschaft

BMW Group Nachhaltigkeitsziele

→ G1.03



1

→ Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Anhang

Unser Anspruch, **erfolgreichster und nachhaltigster Premiumanbieter für individuelle Mobilität zu sein**, setzt die Leitplanken für unsere Ziele und Maßnahmen: Die BMW Group integriert Nachhaltigkeit in die gesamte Wertschöpfungskette und in die zugrunde liegenden Prozesse, um einen Mehrwert für Unternehmen, Umwelt und Gesellschaft zu schaffen. → GRI G4-14

Über unsere zehn langfristigen Ziele hinaus greifen wir kontinuierlich aktuelle Nachhaltigkeitsthemen und Herausforderungen auf, die in der Öffentlichkeit kontrovers diskutiert werden. Beispiel dafür sind unsere Standpunkte

→ Siehe
Kapitel 2.1
→ Siehe
Kapitel 2.2

zur globalen CO₂- und Schadstoffregulierung → und zu positiven Rahmenbedingungen für Elektromobilität →. Weiterhin beachten wir die Resultate unserer Wesentlichkeitsanalyse bei der Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsziele. Die Wesentlichkeitsanalyse 2015 hat bestätigt, dass wir mit unseren langfristigen Nachhaltigkeitszielen die relevanten Themen abdecken. Neue Themen in der Matrix, wie beispielsweise „Autonomes Fahren“, werden wir in Zukunft verstärkt berücksichtigen. Dabei gilt es die Herausforderung zu meistern, dass immer wieder neue Themen an Relevanz gewinnen, während parallel langfristige Ziele im Fokus bleiben sollen.

Nachhaltigkeitsziele der BMW Group zählen auf Sustainable Development Goals (SDGs) ein

Im Herbst 2015 verabschiedete die Generalversammlung der Vereinten Nationen die → **Sustainable Development Goals (SDGs)**. Die SDGs sind Kernstück der Agenda 2030, eines globalen Aktionsplans, der das Ziel verfolgt, wirtschaftlichen Fortschritt ökologisch verträglich und im Einklang mit sozialer Gerechtigkeit zu gestalten. Die BMW Group begrüßt die SDGs und bekennt sich zur Unterstützung der darin formulierten Ziele im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsstrategie und mit Fokus auf ihre Wertschöpfungskette.

Wir sind davon überzeugt, dass Unternehmen, Regierungen und andere Organisationen jeweils einen individuellen positiven Beitrag zur Erreichung der SDGs leisten können.

Auf der Basis unserer Wesentlichkeitsmatrix haben wir 2016 analysiert, welche SDGs für die BMW Group im Vordergrund stehen. Aktuell haben durch unsere unternehmensstrategische Ausrichtung folgende Sustainable Development Goals die höchste Priorität: SDG 13 – Climate Action, SDG 11 – Sustainable Cities and Communities und SDG 12 – Responsible Consumption and Production.

Insbesondere mit unserem Engagement in den Bereichen CO₂-Emissionen → **Kapitel 2.1**, Elektromobilität → **Kapitel 2.2**, Mobilitätsverhalten → **Kapitel 2.3**, Ressourcenverbrauch → **Kapitel 3.1**, erneuerbare Energien → **Kapitel 3.2** sowie nachhaltige, ressourceneffiziente Lieferkette → **Kapitel 3.3** stehen diese SDGs im Fokus unseres Handelns.

Hier einige ausgewählte Beispiele:

- SDG 13 – Climate Action: Wir verringern kontinuierlich die CO₂-Emissionen unserer Fahrzeugflotte. Elektromobilität ist dabei ein wesentliches Element unserer CO₂-Strategie. Wir bauen den Anteil elektrifizierter Antriebe in unserer Modellpalette kontinuierlich aus und leisten damit nicht nur einen Beitrag zur Reduktion von Treibhausgas-Emissionen, sondern auch zur verbesserten Luftqualität in urbanen Räumen.
- SDG 11 – Sustainable Cities and Communities: Mit unseren integrierten Mobilitätsdienstleistungen wollen wir das Mobilitätsverhalten in ausgewählten Metropolregionen nachhaltig verändern. Wir bieten innovative Lösungen, um urbane Mobilität zu verbessern. Dazu zählen zum Beispiel unsere Carsharing-Angebote DriveNow und ReachNow, die zunehmend auch Elektrofahrzeuge umfassen, sowie der speziell für den Pendelverkehr in Städten konzipierte Elektro-Scooter. Darüber hinaus fördern wir gezielt die Entwicklung weiterer Innovationen im Kontext urbaner Mobilität, zum Beispiel im Rahmen des neuen Accelerators URBAN-X, der junge Unternehmen mit Lösungen für Großstädte fördert.
- SDG 12 – Responsible Consumption and Production: Wir reduzieren kontinuierlich die CO₂-Emissionen und den Ressourceneinsatz pro produziertes Fahrzeug. Dabei setzen wir unter anderem bei der Versorgung unserer Standorte weltweit verstärkt auf erneuerbare Energien und arbeiten auch mit unserem Lieferantennetzwerk an der Erhöhung der Ressourceneffizienz.

1

→ Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Anhang

**BMW Group und die Klimakonferenz
in Marrakesch**

Im November 2016 fand in Marrakesch die 22. UN-Klimaschutzkonferenz statt. Auf dem letzten Klimagipfel von Paris verpflichteten sich 195 Staaten dazu, in der zweiten Hälfte dieses Jahrhunderts de facto klimaneutral zu wirtschaften.

Nach diesem Erfolg galt es in Marrakesch, die Vereinbarungen mit Leben zu füllen. Dazu wurde im Rahmen der Konferenz ein Fahrplan für die Umsetzung des Pariser Klimaabkommens erarbeitet. Industrie- und Entwicklungsländer schlossen eine Partnerschaft für mehr Klimaschutz.

Die BMW Group beteiligte sich aktiv an zahlreichen Diskussionen und Side-Events im Rahmen der COP22 (COP, Conference of the Parties). So diskutierten hochrangige Unternehmensvertreter auf dem Sustainable Innovation Forum 2016 über Herausforderungen und Lösungsansätze für die urbane Mobilität. Bereits seit 1992 bringt sich die BMW Group mit ihrem Know-how in die Weltklimakonferenzen ein. Sie wird sich auch in Zukunft weltweit für die Entwicklung nachhaltiger Mobilität einsetzen.



Die BMW Group diskutierte auf dem Sustainable Innovation Forum 2016 mit hochrangigen Unternehmensvertretern über urbane Mobilität.

Nachhaltigkeit integrieren

Wir integrieren Nachhaltigkeit auf allen Ebenen in unsere Unternehmensstrategie, unser Geschäftsmodell und unsere Wertschöpfungskette, um langfristig erfolgreich zu sein. Das reicht von der Entwicklung von Fahrzeugen und Dienstleistungen über die Lieferkette, die Produktion und die Verantwortung für unsere Mitarbeiter, die Nutzung von Produkten und Services durch unsere Kunden bis hin zum Recycling der Fahrzeuge. Zudem ist Nachhaltigkeit tief in unserer Unternehmenskultur verankert. Einer unserer Werte besteht darin, Verantwortung zu übernehmen – für sich selbst, für andere, für das Unternehmen und für die Gesellschaft. Vor diesem Hintergrund haben einige Mitarbeiter zum Beispiel in Eigenverantwortung den BMW Group Connected Culture Club gegründet, eine freiwillige Initiative, um die Unternehmenskultur der BMW Group zukunftsfähig mitzugestalten.

**Beispiele für die Integration von
Nachhaltigkeit im Unternehmen**

Einige Beispiele, wie Nachhaltigkeit auch zum finanziellen Erfolg der BMW Group beiträgt, werden in den folgenden Passagen und Kapiteln näher beschrieben. → GRI G4-2

**— Durch unsere Efficient Dynamics Strategie
Wettbewerbsvorteile erzielen**

Vorausschauende Unternehmensplanung führt zu nachhaltigem Erfolg. So ist der Wettbewerbsvorteil aus der im Jahr 2000 verabschiedeten Entwicklungsstrategie Efficient Dynamics ein Grund dafür, dass die BMW Group 2016 den sechsten Rekordabsatz in Folge erreichte →.

→ Siehe
Kapitel 2

**— Durch innovative Produkte und Mobilitäts-
konzepte den Umsatz steigern**

Die Investitionen in innovative Mobilitätskonzepte trugen 2016 wesentlich zum Unternehmenserfolg bei. Ein Indiz dafür ist beispielsweise, dass im Geschäftsjahr 25.528 BMW i3 und 3.752 BMW i8 verkauft wurden. Insgesamt wurden damit 100.000 elektrifizierte Fahrzeuge (Elektro- und Plug-in-Hybrid-Fahrzeuge)

1

→ Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Anhang

von 2013 bis 2016 verkauft. Ende 2016 waren etwas über 853.000 Kunden (2015: 579.000) bei unseren Carsharing-Angeboten DriveNow (weltweit) und ReachNow (in den USA) registriert, eine Steigerung um rund 47%. Außerdem trägt die BMW Group mit diesen Produkten und Lösungen dazu bei, dass auch unsere Flottenkunden ihre CO₂-Ziele besser erreichen können →.

→ Siehe
Kapitel 2

— **Mit Ressourceneffizienz Kosten senken**

Ressourceneffizienz reduziert Risiken, die durch Verfügungsengpässe und Preisschwankungen entstehen können. Darüber hinaus leistet sie durch Reduzierung der Kosten einen direkten Ergebnisbeitrag und schont gleichzeitig die Umwelt. Zwischen 2006 und 2016 konnten der Energie- und Wasserverbrauch, der Abfall und die VOC-Emissionen je produziertes Fahrzeug im weltweiten Produktionsnetzwerk der BMW Group signifikant reduziert werden. Obwohl im Berichtsjahr durch einen leichten Anstieg von Energie- und Wasserverbrauch Mehrkosten von 2,8 Mio. € verursacht wurden, erzielten wir seit 2006 Kosteneinsparungen in Höhe von 155,3 Mio. € →.

→ Siehe
Kapitel 3

— **Durch nachhaltige Personalpolitik wettbewerbsfähig bleiben**

Im Jahr 2016 konnte die BMW Group ihre Position als einer der attraktivsten Arbeitgeber weltweit weiter festigen. Unsere führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit trägt zur Zufriedenheit unserer Mitarbeiter bei und steigert ihre Identifikation mit dem Unternehmen und seinen Produkten. Unsere niedrige Fluktuationsquote ermöglicht uns, entsprechende Aufwendungen zur Personalbeschaffung zu vermeiden. Zudem steigt bei zufriedenen Mitarbeitern erfahrungsgemäß auch die Produktivität →.

→ Siehe
Kapitel 4

Mitarbeiter einbeziehen und Innovationen fördern

Die BMW Group ermutigt ihre Mitarbeiter, eigene Ideen zu verwirklichen und interne Innovationsansätze zu entwickeln. Im Rahmen des Programms Innovationswerk Accelerator erhalten sie die Chance, neue Produkte, Services und Geschäftsmodelle zu generieren. Mitarbeiter können ihre Ideen über eine Crowdsourcing-Plattform einbringen und crossfunktional diskutieren. Das Programm fördert die Teambildung zu internen Start-ups.

Erfolg versprechende Teams werden im Innovationswerk Accelerator für zwölf Wochen mit jeweils einem Trainer, Mentoren sowie internen und externen Experten nach Start-up-Methoden gefördert. Für die Mitarbeiter bietet der Accelerator die Möglichkeit zur Verwirklichung eigener Ideen. Darüber hinaus bekommen angehende Führungskräfte Trainings zu agilen Ansätzen, um noch innovativer zu arbeiten. Im Jahr 2016 hat der Innovationswerk Accelerator bereits sieben Teams und ihre Ideen beschleunigt und zum Aufbau einer „agileren Innovationskultur“ bei der BMW Group beigetragen.

Das Jahr 2016 aus Sicht der Nachhaltigkeit in 120 Sekunden

Video mit Ursula Mathar, Leiterin Nachhaltigkeit und Umweltschutz der BMW Group.



→ www.bmwgroup.com/svr-video-de

Nachhaltigkeitsleistung honoriert

Unsere Nachhaltigkeitsleistung wurde in renommierten Ratings positiv bewertet. Auch im Jahr 2016 erreichte die BMW Group zahlreiche Listungen in Nachhaltigkeitsindizes sowie diverse Auszeichnungen.

→ Siehe
Grafik 1.04

Platzierungen in Nachhaltigkeitsratings 2016

→ G1.04

RATINGS



BEWERTUNG UND ERGEBNIS

Im Rating 2016 für die → **Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI)** erreichte die BMW Group zum dritten Mal in Folge die Branchenführerschaft im Sektor Automobile und ist somit als einziges Unternehmen der Automobilbranche seit Bestehen des Index ununterbrochen gelistet.

Im → **CDP** erzielte die BMW Group die Bestbewertung A hinsichtlich ihrer Maßnahmen zum Klimaschutz. Die BMW Group ist damit eines von weltweit nur zwei Unternehmen, die zum siebten Mal in Folge die Bestbewertung A beim CDP erzielten.

Der → **FTSE4Good** gehört zur britischen Indexfamilie im Bereich Nachhaltigkeit und Corporate Governance des Londoner Anbieters FTSE. Im FTSE4Good ist die BMW Group im Jahr 2016 ebenfalls erneut gelistet.

Einführung

1

Strategie

2

→ **Produkte
und Dienstleistungen**

2.1 CO₂- und
Schadstoffemissionen

2.2 Elektromobilität

2.3 Mobilitätsverhalten

3

**Produktion
und Wertschöpfung**

4

**Mitarbeiter
und Gesellschaft**

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Anhang

PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

2

→ **Produkte
und Dienstleistungen**2.1 CO₂- und
Schadstoffemissionen

2.2 Elektromobilität

2.3 Mobilitätsverhalten

**Produktion
und Wertschöpfung****Mitarbeiter
und Gesellschaft****Fundamente**

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Anhang

STAKEHOLDER
IMPULS

1

ACHIM STEINERDirektor,
Oxford Martin School**Welchen Herausforderungen muss sich ein global agierender Automobilkonzern derzeit stellen?**

In den letzten Jahrzehnten war die Globalisierung der die Weltwirtschaft prägende Trend. Inzwischen scheint es so, als würden die politischen Rahmenbedingungen ökonomischen Handelns weniger gut berechenbar werden. Global agierenden Unternehmen fordert das enorme Flexibilität ab. Umso wichtiger ist es, dass sie bei einer der größten – von den Zeitläufen unabhängigen – Herausforderungen Kurs halten: beim Klimaschutz. Soll die Erderwärmung, wie inzwischen völkerrechtlich verbindlich beschlossen, bei deutlich weniger als 2 Grad Celsius über dem vorindustriellen Niveau begrenzt werden, dann muss auch der Verkehr von morgen dekarbonisiert werden. Daraus folgt nicht mehr und nicht weniger, dass die Automobilunternehmen ihr Geschäftsmodell neu ausrichten müssen. Wettbewerbsfähigkeit wird in Zukunft nur noch mit Null-Emissions-Fahrzeugen und vor allen Dingen mit Mobilitätsdienstleistungen zu erhalten sein. Maß der Dinge wird das Angebot klimaneutraler Kilometer als Dienstleistung sein. Das Produkt Auto im individuellen Besitz wird zumindest in den Städten dieser Welt an Bedeutung verlieren.

Warum müssen Automobilhersteller aus Ihrer Sicht langfristig auf „nachhaltige Mobilität“ setzen?

Nachhaltige Mobilität kann nur eins bedeuten: die nicht verhandelbaren Grenzen zu respektieren, die dem Mobilitäts- und Verkehrsverhalten durch die Tragfähigkeit der

Erde gesetzt werden. Diese Grenzen werden in den meisten Industrieländern überschritten – auch, weil der mit fossilem Kraftstoff angetriebene Verbrennungsmotor nicht nachhaltig ist. In Zukunft werden Fahrzeuge anders angetrieben, direkt oder indirekt mit erneuerbar erzeugtem Strom. Womöglich erweisen sich in verschiedenen Segmenten des Verkehrsmarktes unterschiedliche technologische Optionen als vorteilhaft; doch wer sich dem Trend zur Emissionsfreiheit verweigert, wird sich selbst, seinen Aktionären und Beschäftigten nach Lage der Dinge ernsthafte Schwierigkeiten bereiten. Die Konkurrenz schläft nicht.

Wie stellt sich die BMW Group den Herausforderungen aus Ihrer Sicht?

Die Zukunft an sich ist weniger herausfordernd als der Weg dorthin. Wie andere Automobilhersteller auch baut BMW darauf, mit den Gewinnen aus dem Geschäft von heute die Mobilitätsdienstleistungen und Produkte von morgen zu entwickeln. So verständlich die Strategie ist, sie kostet Zeit und birgt die Gefahr, den Anschluss zu verlieren. Die Konkurrenz, beispielsweise aus China oder aus Kalifornien, beschafft Investitionsmittel für Forschung und Entwicklung nicht aus dem laufenden Geschäft, sondern vom Finanzmarkt; das verschafft ihr in mancher Hinsicht einen strukturellen Vorteil, denn beim Innovationswettbewerb um die Märkte von morgen schaden Tempolimits.

ANSATZ DER BMW GROUP

Nachhaltige Mobilität beginnt für uns mit der Entwicklung effizienter und emissionsarmer Fahrzeuge und innovativer Dienstleistungen. Damit entsprechen wir weltweit verschärften gesetzlichen Vorgaben ebenso wie dem zunehmenden Umweltbewusstsein unserer Kunden. Mit innovativen Effizienztechnologien, Elektro- und Hybridantrieben sowie intelligenten Dienstleistungen gestalten wir die Mobilität von morgen. Unsere Technologien des vernetzten und automatisierten Fahrens tragen zu einer nachhaltigen und sicheren Mobilität für unsere Kunden und andere Verkehrsteilnehmer bei. Diese Innovationen bilden die Grundlage für unseren langfristigen Geschäftserfolg und somit auch für den Erhalt und die Schaffung neuer Arbeitsplätze bei der BMW Group, unseren Zulieferern sowie unseren Entwicklungs- und Vertriebspartnern.

KENNZAHLEN UND FAKTEN

CO₂-Emissionen der BMW Group
Automobile (EU-28) in g/km

124

↘ 2016

127

2015

Elektrische und elektrifizierte
Fahrzeuge Anzahl

62.000

↗ 2016

32.000

2015

Nutzer von DriveNow und
ReachNow Anzahl

853.000

↗ 2016

579.000

2015

→ CO₂-EMISSIONEN

Die BMW Group wird die CO₂-Emissionen in der europäischen Neufahrzeugflotte (EU-28) bis 2020 um mindestens 50 % gegenüber dem Bezugsjahr 1995 reduzieren.

2.1 CO₂- UND SCHADSTOFFEMISSIONEN

Der Klimawandel und die Belastung der Luftqualität, insbesondere in Städten, sind zentrale Herausforderungen für uns als Automobilhersteller. Den ersten und derzeit wirkungsvollsten Beitrag zur Verringerung von CO₂- und Schadstoffemissionen leisten unsere Effizienztechnologien. Unsere Reduktionsziele berücksichtigen wir bereits in der Produktentwicklung. → GRI G4-EC2



Die BMW 5er Limousine.

Die BMW Group stellt sich der Herausforderung, die CO₂- und Schadstoffemissionen zum Schutz des Klimas und der Luftqualität zu reduzieren. Der Wandel hin zu emissionsarmen, kraftstoffeffizienten Fahrzeugen in unserem Portfolio entspricht den Wünschen vieler Kunden. Unsere Kunden wiederum orientieren sich bei Kaufentscheidungen unter anderem an finanziellen und nicht finanziellen Anreizen der Gesetzgeber – beispielsweise Kraftfahrzeugsteuern oder Zufahrtsbeschränkungen/Zufahrtserleichterungen.

Ökologische und gesellschaftliche Herausforderungen schlagen sich auch in veränderten Mobilitätsmustern nieder. So sehen wir insbesondere für große Metropolen in allen Weltregionen eine steigende Relevanz für Carsharing- und/oder Ride-Sharing-Modelle sowie für die Nutzung intermodaler Mobilitätsangebote.

Diese Anforderungen sind uns ein Ansporn für die im weiteren Verlauf des Kapitels beschriebene Entwicklung innovativer Effizienztechnologien, alternativer Antriebe → und neuer Dienstleistungsangebote im Umfeld von Connectivity und Automatisierung →. Um die damit verbundenen technischen Herausforderungen zu meistern, bauen wir unsere Kapazitäten aus und bündeln sie in Entwicklungszentren. → GRI G4-EC2

→ Siehe
Kapitel 2.2

→ Siehe
Kapitel 2.3

Reduktionsziele in der Produktentwicklung berücksichtigen

Die oben genannten Aspekte der Produktverantwortung sind ein integraler Bestandteil unserer Zielsysteme und organisatorischen Prozesse in der Fahrzeugentwicklung →. Die BMW Group definiert für jede Produktlinie und jedes neue Fahrzeugprojekt spezifische Ziele zur Emissionsreduzierung.

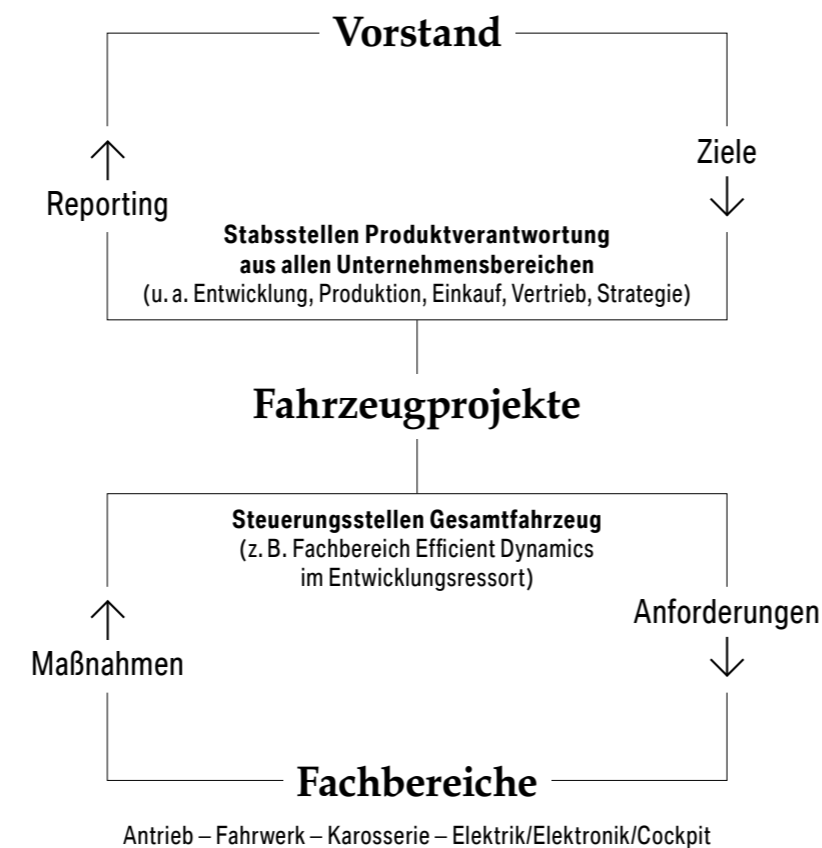
→ Siehe
Grafik 2.01

Für das Monitoring und die Weiterentwicklung der Ziele ist eine im Strategiebereich verortete Abteilung verantwortlich. Darüber hinaus wird im Fachbereich Gesamtfahrzeugarchitektur die Entwicklung und Umsetzung von kraft-

stoffsparenden Technologien in den einzelnen Fahrzeugprojekten koordiniert. Damit stellen wir sicher, dass die marktspezifischen Flottenanforderungen bereits in der frühen Entwicklungsphase der Fahrzeugprojekte berücksichtigt und im Entwicklungsprozess unter anderem durch Efficient Dynamics Maßnahmen umgesetzt werden.

Produktverantwortung in Fahrzeugprojekten der BMW Group

→ G2.01



Nachhaltigkeit über den gesamten Lebenszyklus sicherstellen

Der Lebenszyklus unserer Produkte reicht von der Entwicklung von Fahrzeugen und Dienstleistungen über die Lieferkette, die Produktion und die Verantwortung für unsere Mitarbeiter, die Nutzung von Produkten und Services durch unsere Kunden bis hin zum Recycling der Fahrzeuge →. Die über den Lebenszyklus eines Fahrzeugs auftretenden Umwelt- und Sozialauswirkungen werden maßgeblich bereits in der Entwicklungsphase bestimmt. Entscheidende Einflussfaktoren sind zum Beispiel die Materialauswahl, die Produktionstechnologien, die Lieferantenauswahl, die gewählte Antriebsvariante sowie die Wiederverwertbarkeit der Fahrzeugkomponenten. Anspruchsvolle Nachhaltigkeitsziele sind daher im Entwicklungsprozess des Fahrzeugs genauso verankert wie beispielsweise Kosten- oder Gewichtskriterien.

→ Siehe
Grafik 2.02

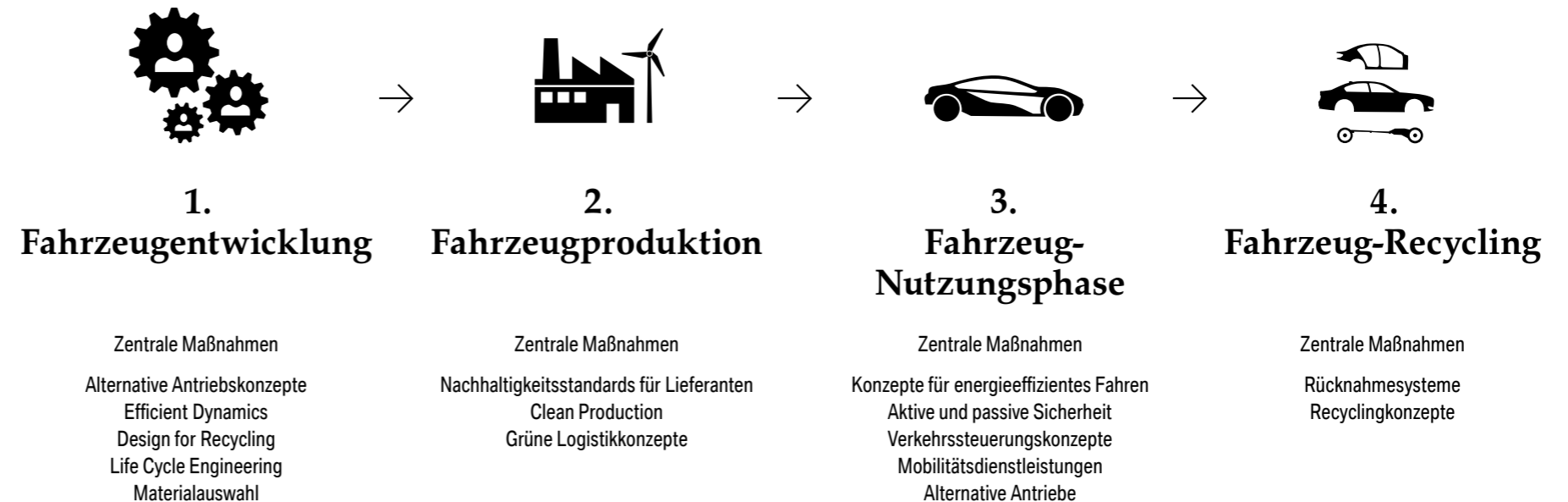
Die Integration ökologischer Aspekte in das Design und die Entwicklung der Produkte treiben wir mit unserem Life Cycle Engineering voran, indem wir ganzheitliche Bilanzierungen durchführen. Dabei ist es unser Anspruch, eine substanzielle Verbesserung von einer Fahrzeuggeneration zur nächsten zu erreichen. Die Umsetzung der Zielvorgaben und die Bewertung der Fortschritte im Entwicklungsprozess steuern wir mit unserem Life Cycle Assessment nach der ISO-Norm 14040/44. Gemäß unserem Ansatz Design for Recycling legen wir die Fahrzeuge zudem so aus, dass sich ihre Komponenten während ihres gesamten Lebenszyklus möglichst weitgehend und effizient verwerten lassen. Ein Beispiel ist die 25%ige Verbesserung der Umweltbilanz des aktuellen BMW 7er Modells im Vergleich zum Vorgänger. Am konsequentesten wurde dieser Ansatz in unseren BMW i Produkten umgesetzt →.

→ Siehe
Kapitel 2.2

→ GRI G4-EN27, GRI G4-14

Nachhaltigkeit über den gesamten Lebenszyklus

→ G2.02



Mit Efficient Dynamics Technologien Kraftstoff sparen und Emissionen senken

Unsere Effizienztechnologien (Efficient Dynamics Technologien) integrieren wir seit März 2007 in unsere Fahrzeuge und haben dabei mittlerweile eine nahezu flächendeckende Ausstattung erreicht. Dazu zählen effiziente Motoren und Getriebe, optimale Aerodynamik (Luftklappensteuerung, Air-Curtain/-Breather, Aerofelgen), intelligentes Energiemanagement, Leichtbau und eine rollwiderstandsreduzierte Bereifung. Die frühzeitige Umsetzung von Rekuperation im Niedervoltbordnetz, Segeln mit Vorausschau und das Ablegen des Verbrenners bei Nichtnutzung haben zusehends wichtige Effizienzpotenziale erschlossen. Bereits 2007 hat die BMW Group die Auto Start Stop Funktion als einer der ersten Hersteller breit ausgerollt. Auch haben wir die Segelfunktion, bei der das Fahrzeug frei auf Fahrwiderstandsniveau verzögert wird, frühzeitig durch den Vorausschauassistenten im Jahr 2012 und den Speed Limit Assist ergänzt. Beginnend mit der neuen BMW 5er Reihe bietet die BMW Group eine verbesserte

intelligente Auto Start Stop Funktion an. Auf Basis von Umfeldsensorik vermeiden wir so ineffiziente und unkomfortable sehr kurze Stopps. In den nächsten Jahren werden 12-V-Systeme in kleineren Fahrzeugen und 48-V-Systeme in mittleren und großen Fahrzeugen die Rekuperations- und Segelpotenziale durch ein leistungsfähigeres Bordnetz auf eine CO₂-Reduzierung von 5–7 % steigern.

Einen weiteren wichtigen Beitrag leisten unsere Connectivity-Services, die verbrauchs- und zeiteffiziente Routen identifizieren und damit beispielsweise die aufwendige Parkplatzsuche vereinfachen, auf die derzeit noch etwa 30 % des städtischen Verkehrs entfallen.

Ergänzend zu unseren Lösungen für die Steigerung der Ressourceneffizienz haben wir das Fahrzeugportfolio um elektrifizierte Modelle erweitert. Neben dem seit 2013 verfügbaren i3 Modell und dem 2014 nachfolgenden Modell i8 stehen seit 2015 nun auch iPerformance Modelle mit Plug-in-Hybridantrieb für 2er, 3er, 7er und X5 zur Verfügung.

→ GRI G4-EN27



Der neue BMW X5 xDrive40e. Ladestand: geladen.

Schadstoffemissionen umfassend reduzieren

Neben Kohlendioxid reduzieren wir kontinuierlich weitere Emissionen unserer Fahrzeuge. So sieht die Euro-6-Norm für Dieselfahrzeuge eine weitere Reduzierung der Stickstoffoxide (NO_x-Werte) vor. Entsprechend den spezifischen Anforderungen der Fahrzeuge, Motoren und der jeweiligen Märkte implementieren wir maßgeschneiderte Lösungen zur Emissionsreduktion. Je nach Fahrzeugkonzept setzen wir dabei den wartungsfreien NO_x-Katalysator ein oder die selektive katalytische Reduktion (SCR) unter Verwendung von Harnstoff (auch AdBlue genannt). Möglich ist auch eine Kombination beider Systeme.

Neben dem Einsparungspotenzial durch Effizienztechnologien hängen der spezifische Kraftstoffverbrauch und die daraus resultierenden CO₂- und Schadstoffemissionen von der individuellen Fahrzeugnutzung ab (Fahrweise, Auslastung, Qualität des Kraftstoffs).

CO₂- und Schadstoffemissionen unserer Fahrzeuge

Die BMW Group hat den CO₂-Ausstoß ihrer neu verkauften Fahrzeuge in Europa zwischen 1995 und 2016 um ca. 41 % verringert. Unsere europäische Fahrzeugflotte (EU-28) hatte im Jahr 2016 einen durchschnittlichen Kraftstoffverbrauch von 4,6l Diesel/100 km bzw. 5,6l Benzin/100 km und mittlere CO₂-Emissionen von 124 g/km (interne Berechnung). Unser Ziel bleibt es, von 1995 bis 2020 die CO₂-Emissionen unserer Fahrzeugflotte um mindestens 50 % zu reduzieren. Die Berechnung basiert auf den Vorgaben und Annahmen des Neuen Europäischen Fahrzyklus und vor dessen Einführung auf der Selbstverpflichtung der ACEA (European Automobile Manufacturers' Association).

→ GRI G4-EN7, GRI G4-EN17, GRI G4-EN27

Entwicklung der CO₂-Emissionen der BMW Group
Neuwagenflotte in der Europäischen Union

→ T2.01

Jahr	g CO ₂ /km
1995	210
1996	212
1997	215
1998	212
1999	207
2000	203
2001	203
2002	195
2003	195
2004	199
2005	189
2006	186
2007	168
2008	156
2009	150
2010	148
2011	145
2012	138
2013	133
2014	130
2015	127
2016	124

→ Siehe
Weiterführende
Kennzahlen:
Produkte und
Dienstleistungen

Im Jahr 2016 hatten 28 unserer verkauften Modelle einen CO₂-Wert von maximal 100 g/km. Damit bewegen wir uns bei Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen in Europa auf dem Niveau zahlreicher Volumenhersteller. Der durchschnittliche Flotten-CO₂-Ausstoß pro Kilometer weltweit sank 2016 um 2 % auf 144 g CO₂/km (2015: 147 g CO₂/km). Dabei lag der durchschnittliche CO₂-Ausstoß in den USA bei 173 g CO₂/km (BMW interne Berechnung → Weiterführende Kennzahlen: Produkte und Dienstleistungen) und in China bei 164 g CO₂/km. Die regionalen Unterschiede beim Flottenverbrauch ergeben sich aus dem jeweils unterschiedlichen Käuferverhalten, das wiederum auf verschiedene Rahmenbedingungen zurückzuführen ist. Hier spielen zum Beispiel unterschiedliche Besteuerungen von Fahrzeugmotorisierungen eine Rolle, aber auch verschiedenartige Vorlieben für Dieselfahrzeuge oder bestimmte Fahrzeugkonzepte wie SUVs (Sport Utility Vehicles). → GRI G4-EN19

Durch die gesunkenen Kraftstoffpreise und die damit zusammenhängenden Veränderungen in der Kundennachfrage ergeben sich neue Herausforderungen zur Erreichung der 2020er-Flottenziele.

Ein weiterer Einflussfaktor auf die Kundenentscheidung liegt im Bereich der fahrzeugbezogenen Steuern, die im Verantwortungsbereich einzelner Länder liegen und somit sehr heterogen sind. Veränderungen in der Besteuerung z. B. von Dieselmotoren oder -fahrzeugen (wie z. B. seit 2016 in Frankreich) können langfristig zu einer Reduktion von Dieselfahrzeugen im Flottenmix führen. Dies wirkt sich wiederum negativ auf die durchschnittlichen CO₂ Emissionen aus.

Schadstoffemissionen unserer Fahrzeuge

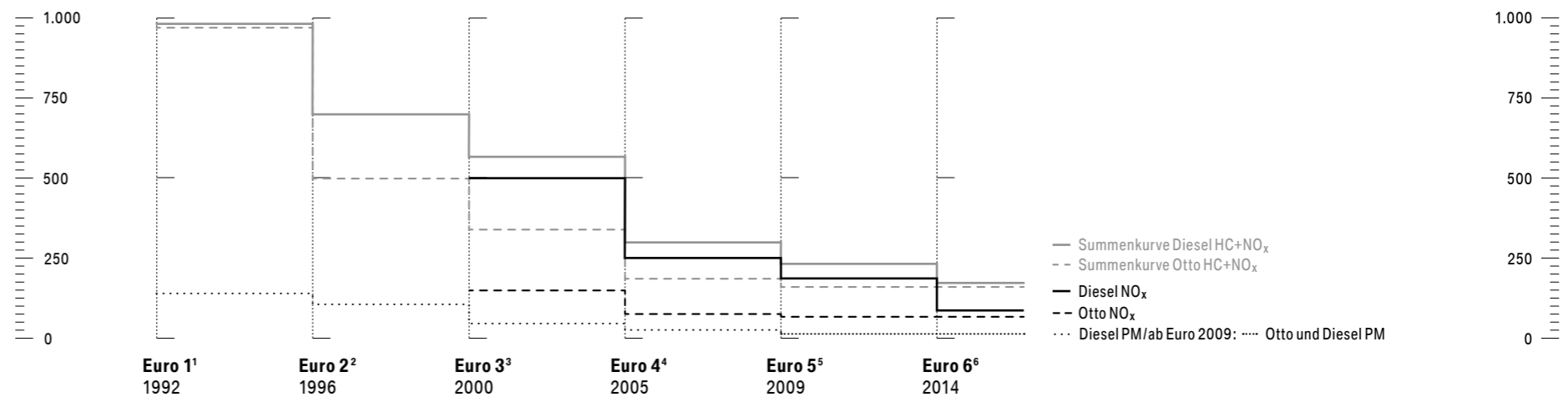
Die Erfüllung aktuellster Schadstoffregulierungen ist eine Voraussetzung für den Erhalt einer Typ- und Fahrzeugzulassung. Die gesetzlich verankerten Anforderungen (Grenzwerte einzelner Schadstoffkomponenten) unterscheiden sich nach Regionen wie beispielsweise der EU, China und den USA und sind prinzipiell modellunabhängig zu erfüllen. In der EU erfolgte die Einführung der ersten zyklusbezogenen Abgasgesetzgebung Anfang der 1990er-Jahre. Seither wurden die Grenzwerte für Stickoxide (NO_x) und Feinstaub (PM) sowohl bei diesel- als auch bei benzinbetriebenen Fahrzeugen massiv verschärft →.

→ Siehe
Tabelle 2.02

Gesetzliche Emissionsgrenzwerte für PKW mit Otto- und Dieselmotor (NO_x und PM) in der Europäischen Union

→ T.02

in mg/km



¹ Euro 1: Gesetzlicher Emissionsgrenzwert für PKW Diesel PM 140 mg/km

² Euro 2: Gesetzlicher Emissionsgrenzwert für PKW Diesel PM 100 mg/km

³ Euro 3: Gesetzlicher Emissionsgrenzwert für PKW Diesel PM 50 mg/km, Otto NO_x 150 mg/km und Diesel NO_x 500 mg/km

⁴ Euro 4: Gesetzlicher Emissionsgrenzwert für PKW Diesel PM 25 mg/km, Otto NO_x 80 mg/km und Diesel NO_x 250 mg/km

⁵ Euro 5: Gesetzlicher Emissionsgrenzwert für PKW Otto und Diesel PM 5 mg/km, Otto NO_x 60 mg/km und Diesel NO_x 180 mg/km

⁶ Euro 6: Gesetzlicher Emissionsgrenzwert für PKW Otto und Diesel PM 5 mg/km, Otto NO_x 60 mg/km und Diesel NO_x 80 mg/km

Die Diskussion um Abgase bei Dieselmotoren im Jahr 2016

2016 sorgte die Diskussion um Abgase bei Dieselmotoren vor allen Dingen in Europa und den USA zu einer anhaltenden Kritik an der Automobilindustrie.

Im Zuge dieser Diskussion wurde dabei oftmals der Eindruck erweckt, dass nahezu alle Hersteller Abgaswerte manipuliert hätten.

Für die BMW Group hat die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben – und dazu zählen die lokalen Testvorgaben – höchste Priorität. Die BMW Group hat entsprechende Compliance Management Systeme, die sicherstellen sollen, dass die gesetzlichen Vorgaben eingehalten werden. In der gesamten Entwicklung der BMW Group sind klare und verbindliche Vorgaben und Prozesse installiert, um einem Fehlverhalten vorzubeugen. Wir sind stets bereit, unsere Prüfverfahren gegenüber den zuständigen Behörden zu erläutern und unsere Fahrzeuge jederzeit zur Überprüfung zur Verfügung zu stellen.

Eine Manipulation unserer Fahrzeuge und Verstöße gegen geltendes Recht sind mit der Unternehmenskultur der BMW Group nicht vereinbar.

Die anhaltende Kritik an Unternehmen der Automobilindustrie zeigt, dass das Ansehen der deutschen Automobilindustrie im vergangenen Jahr deutlich gelitten hat. Auch wenn die BMW Group immer wieder darauf hingewiesen hat, dass sie nicht manipuliert hat, sieht das Unter-

nehmen Handlungsbedarf darin, gemeinsam mit anderen Herstellern das Vertrauen in die Industrie zurückzugewinnen. Angesichts der vor uns liegenden Herausforderungen – zunehmende Urbanisierung, Digitalisierung und Automatisierung – liegt dies in einem gesellschaftlichen Interesse. Die Automobilhersteller werden mit ihrem Know-how und ihrer Lösungskompetenz ihren Beitrag dazu leisten, die Zukunft der Mobilität zu gestalten.

Aus Sicht der BMW Group haben Diesel-PKW unverändert eine Perspektive. Vor dem Hintergrund der Luftqualitätsbelastung in verkehrsreichen Stadtzentren, die unter anderem auch auf die NO_x-Emission von Dieselfahrzeugen zurückzuführen ist, hat der Gesetzgeber seit 2010 an einer Regulierung hierzu gearbeitet und im Jahr 2015 mit dem „Real Driving Emission“ (RDE)-Gesetz für PKW eine wirksame Abhilfe geschaffen. Das RDE-Gesetz erfordert bereits heute in der Typprüfung das Monitoring und die Offenlegung der Emissionsabweichungen zwischen Prüfstand und tatsächlicher Straßenfahrt. Ab September 2017 müssen zudem verbindliche Grenzwerte eingehalten werden, die in einer zweiten Stufe ab Januar 2020 weiter verschärft werden. Die BMW Group hat frühzeitig die Diesel-Abgas-Nachbehandlungssysteme dahin gehend weiterentwickelt, die NO_x-Emission über den gesamten Betriebsbereich möglichst gering zu halten. Die BMW Group hat ab 2012 eine Kombination aus NO_x-Katalysator (NSC) und Selective-Catalytic-Reduction-System (SCR) in Europa und später auch in den USA eingesetzt. Damit werden die jeweiligen Systemvorteile sowohl bei niedrigen Geschwindigkeiten und Lasten im Stadtbetrieb als auch bei Autobahnfahrten mit hohen Lasten genutzt.

CO₂- und Schadstoffregulierung im weltweiten Vergleich

→ G2.03

EUROPA	USA	JAPAN	CHINA
REGULIERUNGSANSATZ			
Für das Jahr 2020 wird die europäische Neuwagenflotte aller Hersteller durch die EU im Durchschnitt auf 95 g CO ₂ /km (Basis: NEFZ) reguliert.	Die USA haben ebenfalls Verbrauchs- und CO ₂ -Ziele bis 2025 festgelegt. Ausgehend von einer schrittweisen Reduktion ab dem Modelljahr 2012 soll die Neuwagenflotte aller Hersteller im Modelljahr 2016 einen Durchschnittswert von 250 g CO ₂ /Meile (155 g CO ₂ /km) und im Modelljahr 2025 163 g CO ₂ /Meile (101 g CO ₂ /km) erreichen.	Japan hat ebenfalls anspruchsvolle Ziele zur Verringerung des Kraftstoffverbrauchs definiert. Für 2020 gilt hier ein Verbrauchsziel von 20,3 km/l, was einem CO ₂ -Wert von 117 g CO ₂ /km entspricht.	In China wird die Kraftstoffeffizienz der Fahrzeugflotte reguliert. Für 2020 gilt ein Durchschnittsverbrauchsziel von 5 Litern pro 100 Kilometer. Die Diskussion um eine Nachfolgeregulierung hat bereits begonnen. Zudem gelten für Einzelfahrzeuge gewichtsbasierte Verbrauchslimits. Von einer erstmaligen Einführung eines NEV-Mandates ist auszugehen. Ein finaler Gesetzesstandard liegt jedoch noch nicht vor.
ANGABEN ZU MESS- UND TESTVERFAHREN			
Diese Werte werden anhand der verkauften Fahrzeuge ermittelt.	Diese Werte werden anhand der verkauften Fahrzeuge ermittelt.	Das WLTP-Testverfahren wird beginnend für die Abgasemissionen ab 2018 eingeführt, seine Übernahme für die Kraftstoffverbrauchs-Gesetzgebung wird erst nach 2020 erwartet. Über die Einführung einer RDE-Gesetzgebung für Schadstoffemissionen wird voraussichtlich im Laufe des Jahres 2017 entschieden.	Bezüglich Abgasemissionen wird es in China zu einer zweistufigen Anforderungsverschärfung kommen (Stufe 1 im Jahr 2020, Stufe 2 im Jahr 2023). Ab der Stufe 2 ist ergänzend zur WLTP-Zyklusanforderung auch eine RDE-Erfüllung erforderlich. Von zeitlichen Vorführungen in bestimmten Regionen wie Peking ist auszugehen.
<p>NEFZ: Neuer Europäischer Fahrzyklus WLTP: Worldwide Harmonized Light Vehicles Test Procedures RDE: Real Driving Emissions NEV: New Energy Vehicle NEV-Mandat: Das NEV-Mandat legt für jeden Hersteller eine zu erfüllende Quote an NEVs bezogen auf den Gesamtabsatz des einzelnen Herstellers fest.</p>			

- 2.1 CO₂- und Schadstoffemissionen
- 2.2 Elektromobilität
- 2.3 Mobilitätsverhalten

Regulation von Emissionen

In Europa, Nordamerika, Japan, China und weiteren Ländern bestehen bereits mittel- bis langfristige politische Ziele zur Reduzierung von Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen eines Fahrzeugs. Die Zielwerte sind allerdings international nicht direkt vergleichbar, weil die relevanten Messzyklen in den einzelnen Ländern unterschiedlich sind und sich Segment- und Antriebsmix zum Teil deutlich unterscheiden.

Je nach Fahrweise (schleichend, normal oder aggressiv), nach Fahrzeugzustand (zum Beispiel Beladungsgrad) und den vorherrschenden Umgebungsbedingungen (unter anderem Temperatur und Höhe) kann das reale Emissionsverhalten von Fahrzeugen mehr oder weniger vom Zyklusgrenzwert abweichen. Daher soll die Einhaltung der Zyklusgrenzwerte in Zukunft auch in realen Situationen sichergestellt werden. Eine entsprechende RDE-Gesetzgebung (Real Driving Emissions) wird ab September 2017 in zwei Stufen eingeführt (Stufe 1 ab 2017, Stufe 2 ab 2020). Wir unterstützen diese neuen Regelungen, um baldmöglichst Klarheit für den Verbraucher und die Industrie zu schaffen.

Über die nationale Regulierung hinaus werden zunehmend Maßnahmen auf regionaler und kommunaler Ebene relevant. Insbesondere nach Antriebstechnologien differenzierende Anforderungen (zum Beispiel das kalifornische ZEV-Mandat oder Restriktionen bei der Nummernschildvergabe in chinesischen Metropolen) werden zu wesentlichen Einflussgrößen für die Produktstrategie.

Die beispielhaft genannten weltweiten Regulierungsentwicklungen werden von der BMW Group grundsätzlich unterstützt, sowohl zur Bekämpfung des Klimawandels als auch zur Verbesserung der Luftqualität. Grundsätzlich ist die Vielfalt und mangelnde Harmonisierung unterschiedlicher Regularien auf nationaler und supranationaler Ebene für uns als weltweit operierenden Konzern eine Herausforderung. Wir gehen davon aus, dass die Politik auf der Basis verschiedenster Analysen von Wissenschaft oder NGOs sowie unter Berücksichtigung technologischer Möglichkeiten weitere Grenzwertverschärfungen ableiten wird. Diese künftigen gesetzlichen Grenzwerte werden voraussichtlich sehr ambitioniert und mit einem erheblichen Investitions- und Entwicklungsaufwand für die Hersteller verbunden sein.

Ausblick

Im Jahr 2017 führen wir Effizienztechnologien weiter in unserem Fahrzeugportfolio ein, um damit die Senkung der Flottenemissionen voranzutreiben. Dieses Ziel verfolgen wir insbesondere durch den weiteren Ausbau unseres Angebots von Fahrzeugen mit elektrifiziertem Antrieb →.

→ Siehe
Kapitel 2.2



→ ELEKTROMOBILITÄT

Die BMW Group ist führend mit ihrem ganzheitlichen Ansatz für Premium-Elektromobilität.



14
es von Fahrrädern
nicht gestrahlt

Hausgemachte
Milchmix €4,20
Das Neue
Kubitscheck
Hausgemachte
Thailändischer
Astee
€4,20
Himbeer
Blaubeer
Banane



2.2 ELEKTROMOBILITÄT

Zur weiteren Verringerung der CO₂-Emissionen in unserer Neuwagenflotte, zur Verbesserung der Luftqualität in Städten und um unseren Kunden auf der Basis innovativer Technologien ein völlig neues, dynamisches Fahrgefühl zu bieten, ergänzen wir unsere Modellpalette um weitere elektrifizierte Antriebe. Unsere Elektrofahrzeuge der Reihe BMW i sind entlang des gesamten Lebenszyklus ökologisch optimiert – von der Rohstoffauswahl bis zur Wiederverwertung der Batterien.

Der Elektromobilitätsmarkt beginnt in einigen Regionen spürbar zu wachsen. Die BMW Group strebt an, den Absatz im Jahr 2017 auf 100.000 Fahrzeuge mit Elektro- und Plug-in-Hybridantrieb zu steigern, und will den Markt mit ihren Modellen und Infrastrukturinvestitionen weiter mitprägen: Bereits 2013 haben wir den vollelektrischen BMW i3 in den Markt eingeführt und planen die Einführung weiterer Elektrofahrzeuge. Laut Kundenbefragungen wächst in unseren wichtigsten Märkten das Interesse an elektrischen Fahrzeugen →. Um Kunden möglichst gut an die Elektromobilität heranzuführen, erweitern wir seit 2015 unsere Produktpalette Schritt für Schritt um neue Plug-in-Hybridmodelle und bieten im Rahmen unseres Carsharings DriveNow den BMW i3 zum Kennenlernen an →.

Wesentlich für eine größere Nachfrage nach Elektrofahrzeugen sind die Faktoren längere Reichweite, kürzere Ladezeiten und Vereinfachung des Zugangs und der Abrechnung von Ladevorgängen. Die BMW Group arbeitet in der Entwicklung von Fahrzeugen und Ladestationen intensiv daran, diese Kundenwünsche zu erfüllen →.

→ Siehe
Kapitel 5.1

→ Siehe
Kapitel 2.3

→ Siehe
Infobox

BMW i3: verlängerte Reichweite und verkürzte Ladezeiten

Neukunden können sich seit 2016 für ein reichweitenstärkeres BMW i3 Modell mit höherer Batteriekapazität (33 kWh/94 Amperestunden) entscheiden, das damit eine größere elektrische Reichweite von 300 km (NEFZ) bietet. Bestehenden Kunden des BMW i3 (60 Amperestunden) wird die 33-kWh/94-Ah-Batterie als Update angeboten. Beide BMW i3 Modellvarianten sind auch mit „Range Extender“ erhältlich, der eine zusätzliche Reichweite von 150 km im Alltagsbetrieb bietet. Mit leistungsstarken Ladesäulen mit Gleichstrom (DC) ist Nachladen im Bereich von 40 Minuten möglich. Durch die neue BMW i Wallbox lässt sich der BMW i3 (33 kWh/94 Ah) mit dreiphasigem Laden mit Wechselstrom (AC) zum Beispiel zu Hause schon in unter drei Stunden aufladen. Informationen zum Ladeservice ChargeNow der BMW Group → **Kapitel 2.3**.

Grundsätzlich gilt es zu beachten, dass sich die Ökobilanz eines Elektrofahrzeugs bei der Reichweitenverlängerung durch eine höhere Batteriekapazität verschlechtert. Die BMW Group prüft mit Lebenszyklusanalysen, welche Möglichkeiten ausgeschöpft werden können, ohne die Ressourcenverbräuche und Emissionen bei der Batterieherstellung zu erhöhen.

Auch der Ausbau der Ladeinfrastruktur und förderliche politische Rahmenbedingungen können einen wichtigen Beitrag zum Durchbruch der Elektromobilität leisten. Das zeigen stark wachsende Märkte für Elektromobilität wie beispielsweise in Norwegen oder im US-Bundesstaat Kalifornien. Kunden wechseln nur dann zu Elektrofahrzeugen, wenn sie im Alltag auch eine ausreichende Ladeinfrastruktur vorfinden. Im Idealfall können nicht finanzielle Anreize wie Parkprivilegien einen Wechsel beschleunigen. → **Positive Rahmenbedingungen für Elektromobilität.**

BMW i Elektromobilität – Umweltschutz entlang des gesamten Lebenszyklus sicherstellen

Im Rahmen von BMW i entwickeln wir seit 2007 Elektrofahrzeuge und damit völlig neue Konzepte für individuelle Mobilität, Fahrzeugarchitektur und -produktion. So integrieren wir unseren Nachhaltigkeitsansatz noch innovativer als bisher in die gesamte Wertschöpfungskette.

Die Vorteile der Elektromobilität

Im Hinblick auf die Herausforderungen der urbanen Mobilität ermöglicht der Elektroantrieb die Verwirklichung neuer Innenraumkonzepte der Fahrzeuge. Die schnelle Beschleunigung des Elektromotors bereitet Fahrfreude – ein weiterer Vorteil für den Nutzer. Elektrofahrzeuge sind zudem deutlich leiser als solche mit Verbrennungsmotoren und tragen entscheidend zur Reduzierung des Verkehrslärms bei.

Elektrofahrzeuge haben das Potenzial, den Ausstoß an Schadstoffen und CO₂-Emissionen signifikant zu verringern. Dieses Potenzial kann jedoch nur erschlossen werden, wenn bereits beim Design, bei der Auswahl von Rohstoffen und in der Produktion konsequent Reduktionsziele berücksichtigt werden. Besondere Bedeutung kommen hierbei der Batterieherstellung und -wiederverwendung beziehungsweise dem Batterierecycling zu.

Für eine gute Ökobilanz ist zudem zentral, dass die Fahrzeuge mit sauberem, ökologisch erzeugtem Strom betrieben werden. Um Elektromobilität umfassend nachhaltig zu gestalten, ist es daher entscheidend, dass weltweit die Energiewende gelingt. Unterstützend können Elektrofahrzeuge als Zwischenspeicher einen wichtigen Beitrag zur Stabilität der Stromnetze leisten, indem sie helfen, die wetter- und tageszeitbedingten Schwankungen erneuerbarer Energien auszugleichen.

Design, Rohstoffe und Produktion nachhaltig ausrichten

Bei den Modellen der Marke BMW i haben wir von Anfang an neue und eigenständige Fahrzeugkonzepte geplant (Purpose-Built-Ansatz), um das gesamte Potenzial der neuen Antriebstechnologie auszuschöpfen und für den Kunden nutzbar zu machen. Dazu gehören unter anderem der intelligente Leichtbau mittels karbonfaserverstärkten Kunststoffs (CFK), die Verwendung zahlreicher neuer nachwachsender Rohstoffe sowie eine besonders ressourceneffiziente und dabei umweltfreundliche Produktion. Bezeichnend ist auch der durchgängige Einsatz von erneuerbaren Energien in der BMW i Wertschöpfungskette: von der Herstellung energieintensiver Materialien wie CFK über die Fahrzeugproduktion bis zum Ökostromtarif für unsere Kunden in der Nutzungsphase. BMW i schafft damit die Grundlage für eine substanzielle Reduzierung der CO₂-Emissionen über den gesamten Produktlebenszyklus.

Elektromobile mit regenerativen Energien laden

Ein Elektroauto kann nur dann sein volles Nachhaltigkeitspotenzial entfalten, wenn auch die Stromerzeugung für seine Nutzung möglichst CO₂-neutral erfolgt. Im Rahmen von BMW i 360° ELECTRIC bieten wir unseren Kunden Green Energy Angebote mit Strom aus regenerativen Quellen in mittlerweile 15 Ländern an. Zu den Partnerunternehmen, mit denen die BMW Group auf diesem Gebiet zusammenarbeitet, gehören zehn Anbieter von Ökostrom. Weiterhin kooperieren wir mit vier Herstellern von



Carport in Südafrika: mit Sonnenenergie Elektrofahrzeuge laden.

Solarstromanlagen für Carports, Haus- und Garagendächer. Damit können Kunden den Strom zum Aufladen ihres BMW i3 und BMW i8 oder auch ihrer BMW iPerformance Plug-in-Hybridmodelle selbst zu Hause emissionsfrei produzieren.

Durch Wiederverwendung und Recycling von gebrauchten Batterien die Umweltbilanz verbessern

Fahrzeuggatterien, die altersbedingt nicht mehr für den Einsatz im Fahrzeug geeignet sind, werden nach Möglichkeit wiederverwendet und helfen in ihrem „zweiten Leben“, erneuerbare Energien in das Stromnetz zu integrieren und generell Energiekosten zu senken. Die technische und wirtschaftliche Machbarkeit dieses Ansatzes hat die BMW Group durch den Betrieb einer Vielzahl von Pilotanlagen in Europa, Asien und den USA nachgewiesen. Zusammen mit Vattenfall und Bosch haben wir im September 2016 in Hamburg/DE einen 2nd Life Großspeicher mit 104 gebrauchten Batterien aus ehemaligen BMW Active E und BMW i3 Prototypen-/Entwicklungsfahrzeugen in Betrieb genommen. Dieser Speicher liefert zukünftig Regelleistung und kann so Schwankungen im Netz ausgleichen, die beispielsweise durch die Einspeisung von regenerativen Energien entstehen.

Nach einem langen Fahrzeugleben und anschließender Verwendung als Stationärspeicher gilt das Ziel, eine möglichst hohe Recyclingquote der wertvollen Ressourcen zu erzielen. Die BMW Group hat gemeinsam mit der TU Bergakademie Freiberg ein Verfahren entwickelt, mit dem wir gegenüber den konventionellen Recyclingverfahren (Recyclingquote knapp über 50%) eine Recyclingquote von rund 70–75% erreichen und dabei den CO₂-Fußabdruck des Verwertungsprozesses etwa halbieren. Wir haben bereits einen Interessenten gefunden, der das Verfahren im industriellen Maßstab umsetzen möchte. Das Recyclingverfahren soll weiterentwickelt werden, um einzelne energieintensive Teilschritte zu ersetzen und damit den CO₂-Fußabdruck weiter zu reduzieren. → GRI G4-EN27

Ökobilanzen der Fahrzeuge

Die Ökobilanzen unserer Elektro- und Hybridfahrzeuge dokumentieren, welche Umweltauswirkungen das Fahrzeug und seine einzelnen Komponenten im gesamten Lebenszyklus haben. Der Vorgänger-Nachfolger-Vergleich unterstützt die transparente Darstellung der erzielten Verbesserungen zur Reduzierung von Umweltauswirkungen. Ferner dienen die Ergebnisse als Grundlage für die Weiterentwicklung und Optimierung der nächsten Fahrzeuggenerationen sowie für die Ableitung weiterer Ziele.

Weiterführende Informationen in den Bilanzberichten (als PDF zum Download):

→ [Umweltbericht BMW i3 \(PDF, 747,5 KB\)](#)

→ [Umweltbericht BMW i8 \(PDF, 622,7 KB\)](#)

→ [Umweltbericht BMW 740Le iPerformance \(PDF, 737,7 KB\)](#)

Elektrifizierung in der gesamten Antriebsstrategie verankern

Die Technologiekompetenz von BMW i fließt bereits in die Elektrifizierung weiterer Modelle ein. Indem wir zukünftige Technologiesprünge nutzen, werden wir mittelfristig langstreckentaugliche vollelektrische Fahrzeuge auf den Markt bringen.

Durch iPerformance Modelle mit Plug-in-Hybridantrieben weiteres Potenzial ausschöpfen

Ein Ergebnis dieses Technologietransfers sind auch die BMW iPerformance Modelle mit Plug-in-Hybridantrieb. Seit 2015 hat die BMW Group ihr Angebot schrittweise ausgebaut – dazu zählen mittlerweile der BMW 2er, BMW 3er, BMW 7er und BMW X5 iPerformance. Kurze und mittlere Strecken können durch die innovative Kombination aus Elektromotor, Lithium-Ionen-Batterie und intelligentem Energiemanagement rein elektrisch zurückgelegt werden. Der TwinPower Turbo Benzinmotor wird

erst bei Bedarf zugeschaltet. Im AUTO eDRIVE Modus bestimmt dabei das intelligente Energiemanagement die effizienteste Kombination aus Elektro- und Verbrennungsmotor – je nach Fahrgeschwindigkeit und Batterieladestand. Gegenüber vergleichbaren rein verbrennungsmotorisch angetriebenen Modellen sparen Plug-in-Hybridmodelle bis zu 50 % Kraftstoff. So können typische Pendelfahrten unter der Woche rein elektrisch betrieben werden, während durch den Verbrennungsmotor gleichzeitig auch längere Fahrten möglich sind. Der BMW 740e zum Beispiel legt bis zu 48 km rein elektrisch zurück.

Mit Wasserstoff und Brennstoffzellen die Reichweite erhöhen

Als Ergänzung zu rein batterieelektrischen Antrieben forschen wir an der Wasserstoff-Brennstoffzellentechnologie. Dabei dient Wasserstoff, den eine Brennstoffzelle mit dem Sauerstoff der Umgebungsluft in Elektrizität und Wasser umwandelt, als Energieträger. Langfristig wollen wir damit weitere Lösungen für emissionsfreies Fahren auf der Langstrecke entwickeln. Die Testwagen erzielen bereits bis zu 700 km Reichweite.

Auch für eine breite Markteinführung der Brennstoffzelle braucht es die nötige Infrastruktur zur Betankung. Daher hat sich die BMW Group mit vier weiteren Automobilherstellern zu dem European HyFIVE-Projekt zusammengeschlossen. Dabei handelt es sich um eines der größten Projekte zur Förderung von Brennstoffzellenfahrzeugen in Europa. Im Rahmen dieses Projekts hat die BMW Group im Sommer 2015 in Kooperation mit TOTAL eine der ersten öffentlichen Wasserstofftankstellen mit zwei alternativen Techniken zur Betankung in Betrieb genommen. Zudem ist die BMW Group ein assoziierter Partner der 2015 gegründeten H₂ MOBILITY Deutschland GmbH & Co. KG und gestaltet den Ausbau der Infrastruktur für den zukunftsfähigen Kraftstoff Wasserstoff in einer beratenden Rolle mit.

Mit Elektro-Scootern urbane Mobilität nachhaltiger gestalten

Im Jahr 2014 haben wir unseren Elektro-Scooter C evolution in den Markt eingeführt. Der rein elektrisch angetriebene Roller verfügt in der Long-Range-Variante über 48 PS Spitzenleistung und eine Reichweite von bis zu 160 km. Er ist als „Commuting-Fahrzeug“ für den Pendelverkehr zwischen Stadtrand und Stadtzentrum konzipiert. Hier stehen zwei Anforderungen besonders im Fokus: zum einen die Fahrleistung, die mit einem Maxi-Scooter mit Verbrennungsmotor vergleichbar ist, und zum anderen eine hohe Reichweite unter praxisgerechten Einsatzbedingungen.



Flott und emissionsfrei: Die Polizei in Sardinien's Hauptstadt Cagliari fährt elektrisch – mit 15 BMW C evolution.

Positive Rahmenbedingungen für Elektromobilität unterstützen

Bei der erfolgreichen Einführung neuer Technologien haben sich Fördermaßnahmen bewährt. Daher sucht die BMW Group den politischen Dialog über die Konsistenz von angebots- und nachfrageseitigen Maßnahmen der Politik. Insbesondere diskutieren wir Maßnahmen zur Förderung der Elektromobilität, seien es finanzielle Hilfen oder nicht monetäre Maßnahmenpakete (zum Beispiel die Nutzung von Busspuren bzw. Einführung von Sonderspuren, Vorrechte beim Parken).

In diesem Zusammenhang bestehen Herausforderungen unter anderem darin, dass Förderintensität und Fördermaßnahmen von Land zu Land, von Region zu Region und von Stadt zu Stadt sehr unterschiedlich sein können. Selbst innerhalb von Kommunen können einzelne städtische und nicht städtische Institutionen unterschiedliche Ziele verfolgen, die möglicherweise in einem Konflikt stehen.

Zudem muss berücksichtigt werden, dass Kunden derzeit noch sehr schnell auf die Reduzierung von Anreizen – z. B. bei sinkenden Steuervorteilen – mit nachlassender Nachfrage reagieren.

Die BMW Group engagiert sich zum Beispiel in der → **Nationalen Plattform Elektromobilität (NPE)** in Deutschland, im Foreign Expert Panel eines hochrangigen Beratungsgremiums für die chinesische Zentralregierung sowie als Gründungsmitglied in der → **Plug-In Electric Vehicle Collaborative** im US-Bundesstaat Kalifornien, die sich für eine bessere Markterschließung einsetzt.

Wir würden es begrüßen, wenn in allen Märkten ähnlich wirksame Fördermaßnahmen für Elektromobilität ergriffen würden wie beispielsweise in Japan, China und Kalifornien.



Perfektes Stadtfahrzeug: der BMW i3.

Darüber hinaus engagiert sich die BMW Group in lokalen Partnerschaften mit anderen Unternehmen und der Politik: So wurde beispielsweise in München/DE eine E-Allianz ins Leben gerufen, die durch strategische Ansätze die Rahmenbedingungen für den Markterfolg der Elektromobilität langfristig sichern soll. Konkrete Ziele der Stadt, beispielsweise die Absenkung des NO_x-Ausstoßes oder die Reduzierung des Individualverkehrs, sind dabei ausschlaggebend für gemeinsame Maßnahmen. Die BMW Group fördert den Ausbau und Betrieb von Ladestationen der öffentlichen Infrastruktur in einer Initiatorenrolle und realisiert diese Projekte zusammen mit weiteren Stakeholdern der Elektromobilität in öffentlich-privaten Partnerschaften.

Die BMW Group elektrifiziert und vergrößert zudem schrittweise die DriveNow Flotte. So wollen wir das „Henne-Ei-Problem“ zwischen verfügbarer Ladeinfrastruktur und Elektrofahrzeugen auflösen und auch die Sichtbarkeit von Elektromobilität sowie den Zugang im Alltag für die Menschen stark erhöhen. Entsprechende Maßnahmenpläne wurden im Jahresverlauf 2016 erarbeitet und umgesetzt. Gespräche mit weiteren Städten in Europa und darüber hinaus sind bereits geplant.

Ausbau der Ladeinfrastruktur

Die BMW Group setzt sich weltweit dafür ein, die Ladeinfrastruktur für Elektromobilität auszubauen – sowohl für Privatkunden als auch im öffentlichen Bereich. Seit 2014 verfolgt die BMW Group eine Initiatorrolle beim Ausbau der öffentlichen Ladeinfrastruktur. Gemeinsam mit anderen Automobilherstellern, Ladestationsbetreibern, Energieversorgern und Netzbetreibern sollen die Eintrittshürden für den Ausbau der Ladeinfrastruktur gesenkt und neue Projekte initiiert werden. Die BMW Group unterstützt sowohl mit fachspezifischem Know-how als auch mit finanziellen Mitteln. So hat sich BMW bis Ende 2016 in über 20 Ländern aktiv engagiert und den Aufbau von über 3.000 DC- sowie 2.000 AC-Ladestationen gefördert.

Die BMW Group plant außerdem in einer gemeinsamen Initiative mit den Automobilherstellern Daimler, Ford, VW und den Marken Porsche und AUDI ein Joint Venture für den Aufbau und Betrieb eines leistungsstarken Schnellladenetzes in Europa entlang wichtiger Verkehrsachsen.

Im Rahmen des BMW 360° ELECTRIC Portfolios bieten wir Privat- und Flottenkunden zudem zukunftsweisende Ladelösungen an (Wallboxen, Ladestationen). Darüber hinaus wird der Ladeservice ChargeNow der BMW Group kontinuierlich weiterentwickelt und ausgebaut → **siehe Kapitel 2.3.**

Light & Charge

Light & Charge ist eine kostensparende Alternative zu konventionellen Ladesäulen, nachdem der Ladepunkt in eine bestehende städtische Infrastruktur, beispielsweise eine Laterne, integriert wird und somit keinen baulichen Eingriff erfordert. Sinnvoll ist der Einsatz dieser Technologie insbesondere im Bereich von Wohnquartieren mit Laterneparkern, die auf eine umfangreiche und damit sehr gut verfügbare Ladeinfrastruktur für das Laden über Nacht angewiesen sind. Durch die geringen Abmessungen ist der optische Eingriff in den öffentlichen Raum minimal.



Die BMW Group setzt sich weltweit dafür ein, die Ladeinfrastruktur für Elektromobilität auszubauen.

Ausblick

Auch in Zukunft werden wir innovative Lösungen für die unterschiedlichen Mobilitätsbedürfnisse unserer Kunden anbieten. Wir stellen uns im Hinblick auf Antriebstechnologien bewusst breit auf, um für die verschiedenen Anforderungen der Zukunft weltweit maßgeschneiderte Lösungen zu finden. Wir gehen davon aus, dass künftig verschiedene alternative Antriebsformen nebeneinander existieren werden.



→ MOBILITÄTSVERHALTEN

Die BMW Group wird das Mobilitätsverhalten durch integrierte Mobilitätsdienstleistungen in ausgewählten Metropolregionen bis 2020 nachhaltig verändern.



2.3 MOBILITÄTSVERHALTEN

Die BMW Group bietet ihren Kunden individuelle Mobilität in Premiumqualität. Im Kern steht dabei die Freude am Fahren. Dieses Markenversprechen wird insbesondere in verdichteten, urbanen Räumen, aber auch auf den Autobahnen rund um die Ballungszentren zur Herausforderung. Der zunehmende Verkehr in Städten geht mit einem erheblichen Anstieg von Lärm, Luftverschmutzung und Flächenverbrauch sowie einer erhöhten Unfallgefahr einher. Um diesen Auswirkungen zu begegnen, nutzen wir verstärkt die Technologien der vernetzten Mobilität und des automatisierten Fahrens. Darauf basierend entwickeln und etablieren wir innovative Fahrzeuge und Dienstleistungen, die das Potenzial haben, der zunehmenden Verkehrsdichte entgegenzuwirken. Dabei garantieren wir höchste Standards zur Fahrzeug- und Datensicherheit.

2016 hat die BMW Group im Rahmen mehrerer auf die Zukunft der Mobilität fokussierter Formate die Diskussion mit verschiedenen Stakeholdern gesucht. Ziel war es, seitens dieser Stakeholder einen Input zu den Herausforderungen der Automobilindustrie zu generieren. Beispiele für Dialoge dieser Art sind unter anderem unsere Future Mobility Days in Peking, London und Santa Monica. Erkenntnisse, die die BMW Group bei diesem Austausch gewonnen hat:

- Die Integration des Automobils in ein intermodales, zunehmend digital gesteuertes Verkehrssystem – gerade im städtischen Raum – wird als Schlüsselkompetenz gesehen und eingefordert.

- Automobilhersteller wie die BMW Group sind derzeit mit Veränderungen in ihrem Geschäftsumfeld konfrontiert und müssen sich selbst fundamental verändern, um auch in Zukunft erfolgreich zu sein. Der technologische Wandel hin zur Elektrifizierung und die gleichzeitige Digitalisierung verändern die Branche. Neue Anbieter für Mobilitätsdienstleistungen verschärfen den Wettbewerb.

Vor diesem Hintergrund sehen wir im Zuge der individuellen Mobilität drei zentrale Handlungsfelder:

- Mobilitätsdienstleistungen
- Vernetzte Fahrzeuge
- Automatisiertes Fahren

Die Digitalisierung eröffnet neue Chancen für Sicherheit, Komfort und Nachhaltigkeit zum Beispiel durch weniger Parkverkehr, besseren Verkehrsfluss und intermodale Lösungen. Sie bringt aber auch große Herausforderungen mit sich, wie zum Beispiel in den Bereichen Datenschutz, Maschinenethik, Manipulationsschutz sowie für die Rechtslage und Haftung von Unternehmen. Die aktive, offene und ausgewogene Berücksichtigung dieser Themen ist ein zentraler Bestandteil unseres Managementansatzes zur Digitalisierung der Individualmobilität.

Dabei verfolgen wir einen integrierten Ansatz. Den nächsten Meilenstein wollen wir zu Beginn der nächsten Dekade mit einem neuen BMW i Modell erreichen, das die individuelle Premiummobilität auf ein bisher unbekanntes Niveau heben wird. Unter dem Titel BMW iNEXT setzt die BMW Group neue Maßstäbe beim Mobilitätserlebnis. In der nächsten Generation verbinden wir neue Formen des automatisierten Fahrens und der digitalen Vernetzung mit zukunftsweisendem Interieur, Design und Leichtbau.

Innovative Mobilitätsdienstleistungen für den urbanen Raum anbieten

Im Jahr 2030 werden voraussichtlich 60 % der Menschen weltweit in Städten leben. Wie lässt sich individuelle Mobilität in den immer dichter besiedelten Ballungsräumen verwirklichen? Welche Konzepte sind dafür geeignet, den Verkehr ressourcen- und klimaschonend zu gestalten? Die BMW Group engagiert sich in Dialog- und Forschungsprojekten, um Antworten auf diese Fragen zu finden und entsprechende Lösungen zu entwickeln.

Im Jahr 2015 haben wir das Kompetenzzentrum für urbane Mobilität gegründet, das im Dialog mit unterschiedlichen lokalen Stakeholdern ein gemeinsames Zukunftsbild der lebenswerten mobilen Stadt entwickelt und im Rahmen von Pilotprojekten geplante Lösungsansätze auch direkt vor Ort umsetzt. Daneben wurde im Verband der Automobilindustrie (VDA) eine Arbeitsgruppe Urbane Mobilität initiiert und inhaltlich vorangetrieben, in der neben einzelnen VDA-Mitgliedsunternehmen auch explizit sieben deutsche Großstädte vertreten sind. Gemeinsam arbeiten wir die wichtigsten Ziele für Städte und Industrien heraus, leiten daraus Themenfelder und Maßnahmen ab und verankern diese in konkreten Pilotprojekten. So stellen wir sicher, dass mit größtmöglicher Effizienz und Geschwindigkeit skalierbare Lösungen für den urbanen Verkehr gefunden werden.



2016 startete die BMW Group in jeweils zwei Stadtteilen von München und Hamburg Pilotprojekte, bei denen die Anwohner alternative Mobilitätslösungen wie Carsharing und E-Fahrzeuge auf ihre Alltagstauglichkeit testen können. Ziel ist es, die Emissionen in den Städten zu reduzieren und die Lebensqualität der Menschen zu erhöhen.

Das zur BMW Group gehörende → **Institut für Mobilitätsforschung (ifmo)** analysierte 2016 in einem Projekt das Mobilitätsverhalten in unterschiedlichen urbanen Räumen in China. Die Geschwindigkeit, mit der neue Lösungen und Geschäftsmodelle zur effizienteren Gestaltung von Mobilität in chinesischen Städten auftauchen, ist beispiellos. Forschungsprojekte, die derartige Veränderungen analysieren, helfen der BMW Group, nachhaltige Zukunftslösungen für urbane Räume zu entwickeln.

Alphabet

Von zunehmender Bedeutung sind Lösungen für Flottenkunden. Speziell in diesem Umfeld agiert die Alphabet Fuhrparkmanagement GmbH. Sie ist der Fuhrparkdienstleister für Leasing und Fuhrparkmanagement der BMW Group. Energieeffizienz und ein nachhaltiger Fuhrpark stehen heute bei vielen unserer Flottenkunden im Fokus und sind häufig auch in der jeweiligen Car Policy festgelegt. In Beratungsgesprächen wird mit den Kunden erarbeitet, wie sich ihre Flotte umweltfreundlicher gestalten und betreiben lässt. Gefragt ist neben Eco-Fahrertrainings auch ein nachhaltiger Antriebsmix. Zum Beispiel können je nach Anwendungsbereich Hybride und Elektroautos eine sehr gute Alternative zu konventionellen Flottenfahrzeugen sein.

Vorteile des Carsharings

Carsharing bietet die Verfügbarkeit von Mobilität, ohne den zwingenden Besitz eines Autos vorauszusetzen. Insbesondere das Free-Floating-Carsharing ermöglicht die Nutzung eines Fahrzeugs „wie mein eigenes“. Zu den Effekten auf den PKW-Bestand und die Verkehrsleistung wurden unterschiedliche Studien durchgeführt. Die „Evaluation Carsharing EVA-CS“, von der Landeshauptstadt München durchgeführt, kam zu dem Ergebnis, dass aufgrund der verfügbaren Carsharing-Flotte von rund 860 Fahrzeugen die Anzahl der PKW in München/DE um rund 1.500 gesenkt werden konnte und die PKW-Fahrleistung sich um 41,2 Mio. Kilometer reduziert hat. Beides hat einen direkt positiven Beitrag auf die Ziele von Städten hinsichtlich Emissionen und Verkehrsdruck. Bei besseren Rahmenbedingungen für Carsharing und einer daraus resultierenden größeren Flotte sind erheblich gesteigerte Ergebnisse wahrscheinlich.

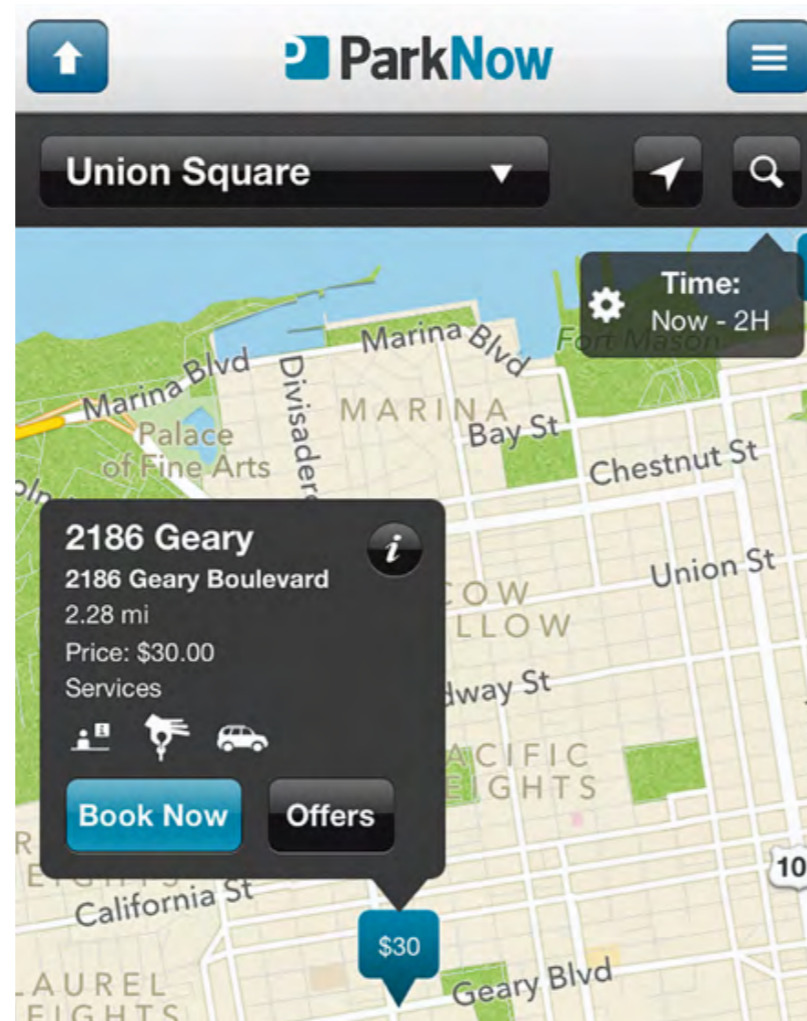
Mit BMW i und der Familie der „NOW-Mobilitätsdienstleistungen“ hat die BMW Group den Grundstein für individuelle Mobilitätslösungen gelegt, die insbesondere auch die Herausforderungen der urbanen Entwicklung weltweit berücksichtigen. Mit Angeboten wie DriveNow (Free-Floating-Carsharing), ReachNow (On-Demand-Mobilitätservices), ParkNow (digitaler Parkdienst) oder ChargeNow (Ladenetzwerk für Elektrofahrzeuge) haben wir uns frühzeitig auf die zunehmende Bedeutung digitaler Dienstleistungen ausgerichtet. Diese sind ein zentraler Faktor unseres künftigen Geschäftserfolgs.

Mit Premium-Carsharing die Elektromobilität vorantreiben

Seit 2011 bieten die BMW Group und die Sixt SE in einem Joint Venture den Carsharing-Service → **DriveNow** an. Inzwischen ist DriveNow in elf europäischen Städten verfügbar, zuletzt wurde es im Oktober 2016 in Mailand eingeführt. Die DriveNow Flotte umfasst derzeit mehr als 5.400 Fahrzeuge, wovon 15,4 % rein elektrische BMW i3 Fahrzeuge sind. Bis zum 31.12.2016 zählte DriveNow rund 607.000 Kunden in Deutschland und rund 815.000 Kunden europaweit (2015: über 580.000 europaweit). DriveNow ist in Deutschland einer der stärksten Treiber der Elektromobilität. Bereits rund 190.000 Kunden haben mit den elektrischen BMW i3 aus der Flotte rund 6,5 Mio. emissionsfreie Kilometer zurückgelegt. Damit wurden 11,4 % der Fahrten elektrisch getätigt.

Mit ReachNow USA erweiterte Mobilitäts-services bereitstellen

Am 8.4.2016 hat die BMW Group in den USA unter dem Namen → **ReachNow** ein weiterentwickeltes Carsharing-Angebot eingeführt. Inzwischen ist ReachNow in Seattle, Portland und Brooklyn verfügbar. ReachNow zählt aktuell mehr als 38.000 Kunden und umfasst eine Flotte von über 1.400 Fahrzeugen. Seit Ende 2016 bietet ReachNow in einer Pilotphase neben dem klassischen Carsharing zusätzliche innovative Dienstleistungen an. Das erweiterte Angebot umfasst die Buchung eines Fahrzeugs mit Fahrer („Ride“) sowie einen Reservierungs- und Bringdienst für die Anmietung von Fahrzeugen über längere Zeiträume von 2 bis 5 Tagen („Reserve“). Das Angebot „Fleet Solutions“ richtet sich an Unternehmen und an ReachNow Mitglieder in ausgewählten Wohnanlagen. Sie können eine Flotte von Premiumfahrzeugen, die dauerhaft vor Ort geparkt sind, exklusiv nutzen. Auch die Vermietung des eigenen Autos in die Flotte wird bei ReachNow pilotiert („Share“).



Mit der ParkNow App Parkplätze finden, buchen und bezahlen.

Mit ParkNow das Parken nachhaltig verändern

→ **ParkNow** ist ein app- und webbasierter Service, der das digitale Bezahlen von Parkplätzen am Straßenrand und in Parkhäusern ermöglicht. Bargeld- und ticketlos parken ist mittlerweile in 38 Städten möglich. Auf diese Weise wird der Parksuchverkehr reduziert. Seit November 2016 ist es zudem möglich, über ParkNow Parkplätze direkt aus BMW Fahrzeugen heraus zu bezahlen (Start in der neuen BMW 5er Serie). Die ParkNow Fahrzeugintegration steht zunächst in Deutschland, Österreich und den USA zur Verfügung.

Komfortable Elektromobilität durch BMW i 360° ELECTRIC und ChargeNow ermöglichen

Unser ganzheitlicher Anspruch im Bereich Elektromobilität zeigt sich in unserem Produkt- und Servicepaket 360° ELECTRIC. Es umfasst das Aufladen zu Hause mit der BMW i Wallbox und unterwegs an öffentlichen Ladestationen mit → **ChargeNow**, einer Ladekarte, die Zugang zu aktuell rund 62.800 öffentlichen Ladepunkten unterschiedlicher Anbieter in 26 Ländern weltweit ermöglicht und ein bargeldloses Bezahlungssystem beinhaltet.

Im Jahr 2016 hat die BMW Group eine neue BMW i Wallbox Generation auf den Markt gebracht. Die Vorteile der BMW i Wallbox liegen in der schnelleren Ladezeit – diese hat eine bis zu 6-fache Ladeleistung gegenüber dem serienmäßig enthaltenen Ladekabel. Bei den Modellen BMW i Wallbox Plus und BMW i Wallbox Connect können zudem mehrere Nutzer ein persönliches Profil anlegen und individuelle Abrechnungen erstellen.

Zusätzlich bietet die BMW Group einen Installationservice an, der beim Kunden vor Ort prüft, welche BMW i Wallbox Version installiert werden kann. Ebenso übernimmt der qualifizierte Elektriker des Installationspartners auf Wunsch Lieferung, Installation, Inbetriebnahme sowie eine Einweisung. Darüber hinaus bietet 360° ELECTRIC Assistenz-Services mit speziell für Elektromobilität konzipierten Connected Drive Diensten sowie Service- und Reparaturangeboten.

Durch vernetzte Fahrzeuge zur intermodalen Mobilität beitragen

Der globale Zuzug von Menschen in Metropolen ist nach wie vor ungebremst. Da die vorhandenen Verkehrswege in den Städten kaum erweitert werden können, muss immer mehr Verkehr auf den bestehenden Infrastrukturen stattfinden. Dies führt zu mehr Stau und zu einer zunehmenden Unzufriedenheit der Verkehrsteilnehmer. Daher brauchen wir vor allem in urbanen Räumen vernetzte und für das Teilen konzipierte Fahrzeugkonzepte. Unsere Erfahrungen mit DriveNow zeigen eindeutig, dass die Nutzer von Carsharing-Angeboten multimodaler unterwegs sind als andere. Deshalb sind die Vernetzungsmöglichkeiten von Fahrzeugen schon heute ein entscheidendes Kaufargument, sowohl für Flottenbetreiber als auch für Privatpersonen.

Mit RTTI (Real Time Traffic Information) bieten wir bereits einen Service zur Stauvermeidung an. Zudem stellen die BMW i ConnectedDrive Services Dienstleistungen wie intermodales Routing und Integration öffentlicher Verkehrsmittel, freie Parkplätze in der Nähe der jeweiligen Haltestelle sowie verfügbare Fahrräder von Call a Bike, dem Fahrradvermietensystem der Deutschen Bahn AG, bereit. Die BMW Group trägt dadurch aktiv zur Erhöhung intermodaler Mobilität in Städten bei.

BMW Connected – Mobilität personalisieren und vereinfachen

Im Jahr 2016 haben wir mit BMW Connected in den USA und Europa ein ganzheitliches digitales Konzept eingeführt, das für eine nahtlose Unterstützung der persönlichen Mobilität steht.

Der digitale Mobilitätsassistent BMW Connected umfasst viele Funktionen, die die täglichen Mobilitätsbedürfnisse unterstützen. So werden auf der Basis einer flexiblen Plattform, der Open Mobility Cloud, verschiedene Geräte wie Smartphones oder Smartwatches mit dem Fahrzeug vernetzt. Durch die lernende digitale BMW ID des Nutzers ermöglicht BMW Connected eine Personalisierung der Erlebnisse über viele „Touchpoints“ hinweg.

Auf diese Weise vereinfachen die digitalen Services von BMW Connected die tägliche Planung von Fahrstrecken und Terminen. Endgeräteabhängig erkennt BMW Connected mobilitätsrelevante Informationen wie zum Beispiel Adressen aus Kalendereinträgen und übergibt diese automatisch an das Fahrzeug. Der Nutzer wird bereits vorab, basierend auf Echtzeit-Verkehrsinformationen, mit einem Hinweis auf das Smartphone über die optimale Abfahrzeit informiert. Darüber hinaus werden regelmäßig angefahrene Orte und persönliche Mobilitätsmuster automatisch gespeichert und können so den Fahrer unterstützen.

Durch automatisiertes Fahren Komfort, Sicherheit und Effizienz steigern

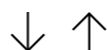
Mit dem project i (BMW i) hatte die BMW Group das Thema Elektromobilität frühzeitig aktiv aufgegriffen und Möglichkeiten für die industrielle Anwendung entwickelt. Diesen Weg schlagen wir mit project i 2.0 nun auch für das automatisierte und voll vernetzte Fahren ein. Unser Schwerpunkt liegt dabei auf den Bereichen hochpräzise digitale Karten, Sensorik, Cloud-Technologie und künstliche Intelligenz. Sie werden entscheidend zum Erfolg in diesem Segment beitragen.

Mit dem Dachbegriff BMW Personal CoPilot fasst die BMW Group die Technologien und Systeme auf dem Weg zum autonomen Fahren zusammen: von den aktuell verfügbaren Fahrerassistenzsystemen bis hin zum zukünftigen hoch oder voll automatisierten und schließlich autonomen Fahren →. Unser Ziel bis 2021 ist es, zunächst den Quantensprung vom teil- zum hoch automatisierten Fahren auf Autobahnen zu meistern.

→ Siehe
Grafik 2.04

Die Vorteile der Automatisierung auf einen Blick

→ G2.05

PremiumfahrkomfortEntlastung des Fahrers – bei Unter- und Überforderung (Stau, Engstelle);
frei verfügbare Zeit im Fahrzeug durch Automatisierung**Mehr Sicherheit**Das Fahrzeug sieht schnell, umfassend, gleichzeitig, ermüdungsfrei;
sicher unterwegs mit und ohne Automatisierung**Höhere Effizienz**Optimierte Nutzung der Straßenstruktur, Stauvermeidung;
Nutzung erweiterter Verkehrsdienstleistungen und Mobilitätskonzepte;
Senkung von Luft- und Lärmemissionen**Mit dem BMW 5er und 7er moderne
Assistenzsysteme erleben**

Ausgestattet mit Stereokamera und fünf Radarsensoren hält der BMW 7er selbst bei hohen Geschwindigkeiten auf der Autobahn die Spur und den Abstand zum vorausfahrenden Fahrzeug. Und dank Remote Control Parking findet der BMW 7er den Weg in die Garage sogar auf Knopfdruck. Mit der Gestensteuerung und seiner umfassenden Vernetzung ist das BMW Flaggschiff bereits Benchmark in den Bereichen Connectivity und Bedienung. Außerdem steht seit 2016 mit dem neuen BMW 5er bereits die nächste Ausbaustufe der Fahrerassistenz zur Verfügung: Hinzu kommen unter anderem der teilautomatisierte Spurwechsel auf Autobahnen und der Ausweichassistent, der bei kritischen Manövern durch gezielte, hochdynamische Lenkunterstützung dem Fahrer ein zusätzliches Sicherheitspolster verschafft. Diese aktiven Assistenzsysteme helfen dabei, den Verkehrssektor sukzessive sicherer zu machen. Dies gilt nicht nur für den jeweiligen Fahrer, sondern vor allem auch für die anderen Verkehrsteilnehmer. Dabei ist es der BMW Group besonders wichtig, dass diese Unter-

stützungsmechanismen dem Fahrer die Grenzen der Assistenzsysteme stets aufzeigen, sodass dieser sich nicht bewusst oder unbewusst vom Verkehrsgeschehen ablenken lässt. Assistenzsysteme benötigen die volle Aufmerksamkeit des Fahrers, sie sind nicht zu verwechseln mit einer Hoch- oder Vollautomatisierung, bei der sich der Fahrer teilweise auch aktiv vom Verkehrsgeschehen abwenden darf.

**Mit BMW iNEXT neue Maßstäbe für das
automatisierte Fahren setzen**

Die BMW Group strebt eine Führungsposition beim automatisierten Fahren an und wird die Technologien hierfür in den kommenden Jahren konsequent weiterentwickeln. Neue Sensorik und leistungsstärkere Software sowie deutliche Fortschritte in der Forschung zu künstlicher Intelligenz ermöglichen eine dynamische Entwicklung zu den nächsten Stufen des automatisierten Fahrens. Mit dem geplanten Modell BMW iNEXT wollen wir im Jahr 2021 hier neue Maßstäbe setzen. Dabei setzen wir auf unsere eigene Technologiestärke und werden durch die Kooperation mit innovativen Partnern Kräfte bündeln.

Als ersten Meilenstein hat die BMW Group zusammen mit anderen Automobilherstellern Ende 2015 den Navigationsdienst HERE erworben und profitiert von seinem umfangreichen Kartenmaterial, dem wegweisenden Verständnis für ortsbezogene Dienste und von der datenschutzrechtlich sicheren Verarbeitung der Daten.

Eine weitere wichtige Kooperation auf dem Weg zum automatisierten Fahren ist die Zusammenarbeit mit Intel und Mobileye. Diese Kooperation verbindet drei führende Unternehmen aus den Bereichen Automobilindustrie, Technologie sowie Computervision und Maschinenlernen. Gemeinsames Ziel ist es, einen offenen Industriestandard für autonomes Fahren zu entwickeln („non-exclusive Industrieplattform“). Im Rahmen dieser Kooperation streben wir an, Lösungen für hoch und möglicherweise bereits für voll automatisiertes Fahren bis 2021 in Serienproduktion zu bringen.

Die BMW Group baut ihre Kapazitäten in diesem Feld weiter aus und engagiert sich in Forschungsinitiativen, um gemeinsam mit der Wissenschaft und Industrie die besten Lösungen zu entwickeln und diese schnellstmöglich in Serie zu bringen. Zentrale Forschungsthemen sind Automatisierung im städtischen Bereich, Verkehrsmanagement- und Fahrsicherheitssysteme sowie technische Lösungen. Dazu zählen die gesicherte Rückgabe an den Fahrer, der Umgang mit Störungen und Hindernissen sowie das vorausschauende Fahren. Künftig sollen erste automatisierte Forschungsfahrzeuge nicht nur auf Autobahnen, sondern auch in München/DE fahren, um die Fahrzeuge im Stadtverkehr zu testen. Bei den automatisierten Testfahrzeugen wird ein Fahrer an Bord sein, der in jeder Situation wieder die Kontrolle übernehmen kann.



Die BMW Group wird bis 2021 Lösungen für hoch und voll automatisiertes Fahren in Serienproduktion bringen.

In einem weiteren Projekt untersucht das Forschungsinstitut ifmo derzeit die langfristigen Effekte von autonomen Fahrzeugen auf das Mobilitätsverhalten. Die Ergebnisse zeigen, dass autonome Fahrzeuge die mit PKW zurückgelegten Personenkilometer erhöhen könnten. Ein zukünftiges Angebot von autonomen Carsharing-Flotten als Teil des öffentlichen Verkehrs hat jedoch das Potenzial, das Verkehrsaufkommen in urbanen Räumen zu reduzieren.

Autonomes Fahren – mit Entwicklungszentrum Kapazitäten bündeln

Im Jahr 2017 wird die BMW Group ihre Kapazitäten in einem neuen Entwicklungszentrum für autonomes Fahren bündeln und weiter ausbauen. Insgesamt sollen an dem neuen Standort rund 2.000 Mitarbeiter beschäftigt und damit viele neue Arbeitsplätze geschaffen werden. Mit diesem Schritt bereiten wir uns auf die technischen Herausforderungen bei der schrittweisen Einführung der Automatisierung vor.

Wichtig ist es für uns in diesem Zusammenhang gegenüber Kunden und Öffentlichkeit eine Kommunikation zu betreiben, die sich allein an Tatsachen orientiert. Daher orientieren wir uns auch weiterhin an einer differenzierten Darstellung der Automatisierungsgrades und versprechen den Kunden nicht mehr, als unsere Systeme zu leisten imstande sind.

Herausforderungen der Digitalisierung und Automatisierung begegnen

Die Sicherheit von Fahrer, Fahrzeuginsassen und Fußgängern steht im Mittelpunkt der technologischen Veränderungen. Noch ist die Technologie für autonomes Fahren nicht ausgereift. Zudem müssen klare gesetzliche Rahmenbedingungen die Einführung dieser Technologie begleiten. Der mit den Entwicklungen der Digitalisierung und Automatisierung einhergehende Datentransfer erhöht zudem die Anforderungen an den Manipulations- und Datenschutz.

Manipulationen vorbeugen

Die fortschreitende Digitalisierung erfordert zusätzliche Schutzmaßnahmen gegen unbefugten Zugriff auf die Fahrzeuge. Um unsere Systeme vor Manipulationen zu schützen, ist ein definiertes Vorgehen fester Bestandteil unserer Entwicklungsarbeit. In methodisch durchgeführten „Penetrationstests“ suchen wir gezielt nach möglichen Schwachstellen und schließen etwaige Lücken rechtzeitig vor Freigabe der jeweiligen Komponente. Wir setzen kontinuierlich neue Erkenntnisse in verbindliche Standards um. Auf diese Weise will die BMW Group ihren Kunden die größtmögliche Manipulationssicherheit bieten und unbefugte Zugriffe auf Steuergeräte oder Fahrzeugschnittstellen ausschließen.

Fahrzeugdaten werden berechtigten Anspruchstellern zukünftig über ein Hersteller-Backend diskriminierungsfrei zur Verfügung gestellt. Diese Methode ermöglicht ein unkompliziertes und sicheres Teilen von Fahrzeugdaten mit dritten Dienstleistern über eine genormte Schnittstelle. Wenn unsere Kunden es wünschen, können über diese Schnittstelle beispielsweise persönliche Fahrprofildaten zur Berechnung von Pay-as-you-Drive-Versicherungstarifen an Versicherungsgesellschaften übermittelt werden. Durch die Verwendung eines Backends zur Datenübermittlung minimiert die BMW Group die Anfälligkeit der Fahrzeugflotte für Hacking-Angriffe, da so eine direkte und oftmals ungeschützte Datenverbindung vom Fahrzeug zu Dritten verhindert werden kann.

Datenschutz systematisch sicherstellen

Die BMW Group bekennt sich zu den Grundsätzen der Datensparsamkeit und der Transparenz der Datenverarbeitung. Im Jahr 2014 haben wir als erster Automobilhersteller weltweit das Anerkennungsverfahren für die Binding Corporate Rules (BCR) erfolgreich abgeschlossen. Die BCR-Regelung garantiert einen datenschutzrechtlichen Standard, der von der BMW AG und allen Tochtergesellschaften umzusetzen und einzuhalten ist. Damit ist gewährleistet, dass der Umgang mit personenbezogenen Daten bei der BMW Group immer auf einem einheitlichen, hohen Sicherheitsniveau erfolgt, und zwar unabhängig davon, ob die Daten zum Beispiel in Europa, Asien oder Amerika verarbeitet werden. Ein internationales Netz lokaler Datenschutzkoordinatoren stellt die Einhaltung der Binding Corporate Rules sicher.

Der Daten- und Informationsschutz ist ein fester Bestandteil der Geschäftsprozesse in der BMW Group und richtet sich nach dem internationalen Sicherheitsstandard ISO/IEC 27001. Auch im Bereich der Fahrzeugkommunikation (BMW ConnectedDrive) und der Digitalisierung stehen Transparenz gegenüber dem Kunden sowie die Datensicherheit und der Schutz gegen Missbrauch im Vordergrund. Personenbezogene Angaben unserer Kunden werden nur erhoben, verarbeitet oder genutzt, wenn dies rechtlich gestattet und der Betroffene damit einverstanden ist. Des Weiteren investieren wir in Maßnahmen zum technischen Schutz der Daten. Gibt es von Kunden oder Interessenten Beschwerden bezüglich des Datenschutzes, wie zum Beispiel bei Werbemaßnahmen, so adressieren wir solche Anliegen zeitnah.

**Zulassungs- und haftungsrechtliche
Punkte berücksichtigen**

Auf dem Weg zur Automatisierung sind noch einige Hürden zu nehmen: Neben dem Wiener Übereinkommen von 1968 gibt es auch zulassungs- und haftungsrechtliche Punkte, die heute noch gegen das automatisierte Fahren im Straßenverkehr sprechen. So muss noch geklärt werden, welche Verkehrssituationen ein hoch automatisiertes Fahrzeug eigenständig erkennen muss. Im Sinne der Aufklärung von Haftungsfragen bedarf es eines sogenannten Fahrentrekorders, der bestimmte für die Unfallaufklärung benötigte Daten in einem Speicher hinterlegt. Dieser Datenspeicher kann nach einem Unfall dazu beitragen, die Verantwortlichkeiten zwischen Mensch und Maschine aufzuklären.

Innovative Mobilitätskonzepte fördern

Neben selbst entwickelten Services beteiligt sich die BMW Group über BMW i Ventures an Erfolg versprechenden Start-ups. BMW i Ventures mit Sitz im Silicon Valley investiert in Start-ups im Bereich Mobilitätsdienstleistungen und E-Mobilität sowie in zukunftsweisende Technologien aus dem Bereich autonomes Fahren oder Digitalisierung – konkret in die Investmentfelder „Enabling Technology“ und „Digital Vehicle Technology“, „Mobility and Digital Services“, „Customer Experience“ und „Advanced Production Technology“.

Der Investment Fund umfasst 500 Mio. €. Durch Investments in zukunftsfähige Geschäftsmodelle und Technologien kann die BMW Group autonomer agieren und weiterhin frühzeitig Trends der Mobilitätswelt erkennen und aufgreifen. Das ist ein entscheidender Vorteil angesichts der im Vergleich zur Automobilindustrie schnelleren Entwicklungszyklen der IT- und Tech-Branche. Die Partner profitieren von unserer langjährigen Erfahrung, unserer starken Reichweite und dem breiten Netzwerk etablierter Marken.

Zu den Investments von BMW i Ventures gehören unter anderem:

- **Wirtschaftlicher Straßenverkehr mit → Zendrive**
Unter Verwendung mobiler Technologien und großer Datenmengen stellt Zendrive jederzeit abrufbare fahrerspezifische Analysen unter anderem über die Wirtschaftlichkeit der Fahrweise zur Verfügung.
- **Intermodale Routenplanung mit → Moovit**
Die App Moovit integriert alle wichtigen Fahrplaninformationen von Bussen und Bahnen lokaler Verkehrsbetriebe durch die Nutzung der Fahrplandaten sowie der Echtzeitinformationen der „Moovit-Community“.
- **On-Demand-Parkservice mit → ZIRX**
Mithilfe der ZIRX-App für Smartphones können Nutzer ihr Fahrtziel angeben. Bei Ankunft wartet ein ZIRX-Agent, der das Auto parkt. Während der Parkdauer können Nutzer über die ZIRX-App zusätzliche Dienste buchen.

BMW Startup Garage

Die BMW Startup Garage mit Sitz in München ist ein Programm, das zum Ziel hat, den Zugang zu innovativen Start-up-Technologien zu sichern. Die BMW Group tritt dabei gegenüber dem Start-up als „Venture Client“ auf. Das heißt, wir werden in einer sehr frühen Phase Kunde eines Start-ups. Diese Vorgehensweise ist für alle Beteiligten sehr effizient, da es den Start-ups erlaubt, ihre Lösungen früh zu validieren, und die BMW Group diese Lösungen für ihren Bedarf passgenau weiterentwickeln lassen kann.

→ Weitere Informationen: www.bmwstartupgarage.com

URBAN-X

URBAN-X ist ein Start-up Accelerator mit Sitz in New York, der von MINI und dem Investor SOSV gegründet wurde. URBAN-X investiert in Start-ups, die mit ihren Innovationen aus den Bereichen Technologie und Design die Zukunft unserer Städte mitgestalten wollen. URBAN-X kombiniert die Stärken im Design, Ingenieurwesen und in der Nutzerfreundlichkeit von MINI mit den Fähigkeiten von SOSV als langjährigem Investor und Unterstützer von Start-ups auf deren Entwicklungswegen. Mit seinen weltweiten Best-in-Class-Accelerator-Prozessen und 300 Mio. US-\$ gemanagtem Kapital wurde SOSV kürzlich zum drittgrößten „Seed“ Investor eingestuft.

→ Weitere Informationen: www.urban-x.com



URBAN-X ist ein Start-up Accelerator mit Sitz in New York.

Ausblick

Wir arbeiten weiter an einer intelligenten Vernetzung von Mobilitätsdienstleistungen, Fahrzeugen und Infrastruktur, um die urbane Mobilität flexibler, sicherer, komfortabler und nachhaltiger zu gestalten. Die BMW Group bringt ihre starken Marken, ihre technologische Kompetenz und Innovationsstärke zusammen mit neuen strategischen Partnerschaften und Kooperationen (HERE, Intel und Mobileye) und deren innovativen Lösungen.

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

→ Produktion
und Wertschöpfung

3.1 Ressourcenverbrauch

3.2 Erneuerbare Energien

3.3 Nachhaltige,
ressourceneffiziente
Lieferkette

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Anhang

PRODUKTION UND WERTSCHÖPFUNG

3



SUSAN DREYER

CDP,
Country Director Germany

Welchen Herausforderungen muss sich ein global agierender Automobilkonzern derzeit stellen, was die Dekarbonisierung seiner Wertschöpfungskette betrifft?

Die Senkung der CO₂-Emissionen entlang der automobilen Wertschöpfungskette hat Auswirkungen auf Fahrzeugkonzepte, Produktionssysteme, die Struktur der Branche und die Wirtschaftlichkeit aktueller Geschäftsmodelle. Die Branche muss ihr Geschäftsmodell komplett überdenken, da eine radikalere Designphilosophie Kernelemente des Produkts infrage stellen würde. Die komplexen und bisweilen undurchsichtigen Lieferketten der Automobilkonzerne bergen Herausforderungen bezüglich ihrer Nachhaltigkeit sowie Rohstoffrisiken und Potenziale zur Effizienzsteigerung. BMW Zulieferer sollten dazu bewegt werden, sich mit ihren eigenen Lieferanten auseinanderzusetzen. Im Schnitt übersteigen die Emissionen der Lieferkette die aus dem eigenen operativen Geschäft um ein Vielfaches – deshalb muss das entsprechende Engagement entlang der gesamten Lieferkette stattfinden.

Warum müssen Automobilhersteller aus Ihrer Sicht langfristig auf „nachhaltige Mobilität und nachhaltige Produktion“ setzen?

In der EU schreibt die Gesetzgebung zu Altfahrzeugen eine Recyclingrate von 85 % vor. Automobilhersteller müssen eng mit Fahrzeugverwertern zusammenarbeiten, um gemeinsam die besten Methoden für die Entnahme hochwertiger Bauteile zu entwickeln. Autohersteller untersuchen zudem die Realisierung einer Kreislaufwirtschaft entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Das Übereinkommen von Paris und die Einführung der Sustainable Development Goals haben den Beginn eines neuen Zeitalters eingeläutet, in dem Unternehmen innovative Strategien zum Überleben

in einer emissionsarmen Wirtschaft entwickeln müssen. Die Dinge können nicht weiterlaufen wie gehabt; 83 % der BMW Lieferanten, die an CDP berichten, haben bereits klimabezogene Risiken, Druck auf Ressourcenverfügbarkeit, bevorstehende grundlegende Veränderungen bei der Regulierung und sich ändernde Kundenerwartungen identifiziert. Daher werden von der Automobilindustrie jetzt Innovationen und Experimentierfreudigkeit erwartet.

Wie stellt sich die BMW Group den Herausforderungen aus Ihrer Sicht?

Automobilunternehmen können Risiken und Möglichkeiten auf dem Weg zu einer nachhaltigen Mobilität und Produktion mithilfe eines nicht finanziellen Berichtswesens identifizieren und daraus wirtschaftlichen Nutzen ziehen. Sie werden ihre Zulieferer darin bestärken, es ihnen gleichzutun. Die BMW Group hat die Nachhaltigkeit fest in ihre Lieferkettenstrategie integriert. So bewertet das Unternehmen seine wichtigsten 100 Lieferanten anhand von Kennzahlen wie Emissionszielen, Reduzierungsinitiativen und Gesamtemissionen. Damit kann das Unternehmen die jährliche Leistung nachhalten, entsprechende Benchmarks entwickeln und diese Erkenntnisse in die zukünftige Supplier-Engagement-Strategie einfließen lassen. So hat die BMW Group in Zusammenarbeit mit Lieferanten Pilotprojekte zur Reduktion von Emissionen initiiert und deckt 69 % der gesamten Beschaffungskosten ab, eine der höchsten Deckungsraten, die uns bekannt sind. Durch die Arbeit im Nachhaltigkeitsbereich ist BMW weltweit eines von nur zwei Unternehmen (von insgesamt 5.800, die 2016 an CDP berichteten), die sieben Jahre hintereinander eine „A“-Bewertung im CDP-Programm zum Klimawandel erreichen konnten.

ANSATZ DER BMW GROUP

Der Klimawandel ist eine der größten Herausforderungen unserer Zeit. Negative Auswirkungen auf besonders gefährdete Gebiete und Bevölkerungsgruppen sind bereits heute sichtbar. Zugleich wächst die Weltbevölkerung und mit ihr der Verbrauch von Ressourcen. Auch die CO₂- und Schadstoffemissionen durch die Produktion von Konsumgütern steigen weiter an. Um in diesem Kontext unserem Anspruch als nachhaltigster Premiumanbieter gerecht zu werden, reduzieren wir kontinuierlich die CO₂-Emissionen und den Ressourceneinsatz je produziertes Fahrzeug. Für unsere Standorte weltweit nutzen wir verstärkt erneuerbare Energien. Zudem fördern wir die Umsetzung von Sozial- und Umweltstandards, die Transparenz sowie die Ressourceneffizienz in unserer Lieferkette. Diese Maßnahmen erlangen im Zuge des Ausbaus der Elektromobilität eine zunehmende Bedeutung. Wir tragen so zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen bei, reduzieren Risiken und senken unsere Produktionskosten.

KENNZAHLEN UND FAKTEN

Anteil Fremdstrom aus erneuerbaren
Energien in %

63

↗ 2016

58

2015

Energieverbrauch je produziertes
Fahrzeug in Mwh/Fahrzeug

2,21

↗ 2016

2,19

2015

Wasserverbrauch je produziertes
Fahrzeug in m³/Fahrzeug

2,25

↗ 2016

2,24

2015

CO₂-Emissionen je produziertes
Fahrzeug in t/Fahrzeug

0,54

↘ 2016

0,57

2015

Abfall zur Beseitigung je produziertes
Fahrzeug in kg/Fahrzeug

3,51

↘ 2016

4,00

2015

Anteil produktionsrelevantes
Einkaufsvolumen im Supply Chain
Programm des CDP in %

69

↗ 2016

53

2015



→ RESSOURCENVERBRAUCH

Die BMW Group wird den Ressourcenverbrauch (Energie, Wasser, Abfall, Lösungsmittel) je produziertes Fahrzeug bis 2020 um 45 % senken (Basisjahr 2006).

3.1 RESSOURCENVERBRAUCH

Unsere Gesellschaft steht vor der Herausforderung, Ressourcen zu schonen und dem Klimawandel entgegenzuwirken. Dies ist auch für die Produktion der BMW Group sehr relevant. Denn für die Herstellung unserer Fahrzeuge benötigen wir Ressourcen, und unser Energiekonsum verursacht Emissionen. Außerdem kann unsere Produktion von den Auswirkungen des Klimawandels beeinträchtigt werden. Daher steigern wir kontinuierlich unsere Energie- und Ressourceneffizienz und minimieren die CO₂- und Schadstoffemissionen unserer Produktion. Wir sehen dies als wichtigen Bestandteil einer verantwortungsvollen Unternehmensführung. Zudem tragen unsere Maßnahmen dazu bei, Produktionskosten zu senken, den Ansprüchen unserer Kunden und anderer Stakeholder nachzukommen und auf neue gesetzliche Anforderungen vorbereitet zu sein.

Wir haben unseren Verbrauch von Energie und Wasser, das Abfall- und Abwasseraufkommen sowie die Lösungsmittel- und CO₂-Emissionen der Fahrzeugproduktion je produziertes Fahrzeug seit dem Jahr 2006 im Durchschnitt um 50 % verringert →. Im Vergleich zum Vorjahr konnten wir 2016 den Ressourceneinsatz und die Emissionen je produziertes Fahrzeug um durchschnittlich 4,9 % reduzieren.

→ Siehe
Tabelle 3.01

Es ist eine wichtige Herausforderung für unser Umweltmanagement, die über die letzten Jahre erreichten guten Kennzahlen noch weiter zu verbessern. Daran arbeiten wir kontinuierlich an allen bestehenden und neuen Standorten. Denn durch unser Umweltmanagement wollen wir einerseits interne Ziele erfüllen. Andererseits gilt es, auf externe Trends zu reagieren, wie steigende Rohstoffpreise oder die zunehmende Einbindung unserer Standorte in urbane Ballungsräume, die eine weitere Reduktion von Umweltauswirkungen erfordert.

In den Bereichen Emissionen, Abfall und Prozessabwasser sind wir unter den führenden Automobilherstellern und haben auch unsere internen Ziele bereits erreicht. Unsere Anstrengungen zur weiteren Verbesserung setzen wir in diesen Bereichen fort. Unser Hauptaugenmerk liegt jetzt auf dem Energie- und Wasserverbrauch, wo es im Berichtsjahr zu leichten Anstiegen gekommen ist und wir unsere Ziele noch nicht erreicht haben. Hier verfolgen wir systematisch unsere Reduktionspläne und arbeiten weiter an der Zielerreichung.

Verbesserung bei Ressourcenverbrauch und Emissionen der Fahrzeugproduktion seit 2006

→ T3.01

Energieverbrauch	-35,4 %
CO ₂ -Emissionen	-48,6 %
Abfall zur Beseitigung	-81,5 %
Wasserverbrauch	-31,0 %
Prozessabwasser	-48,8 %
Lösungsmittlemissionen	-54,6 %

Im Jahr 2001 hat die BMW Group die → **International Declaration on Cleaner Production** des Umweltprogramms der Vereinten Nationen unterzeichnet und sich ausdrücklich dazu verpflichtet, Umweltauswirkungen und Ressourcenverbrauch in der Produktion so gering wie möglich zu halten.

Wir haben daher Umweltmanagementsysteme an allen bestehenden Produktionsstätten etabliert und für alle künftigen Standorte vorgesehen. Mit Ausnahme der Motorradfertigung in Manaus/BR und Hosur/IN sind mittlerweile alle unsere Produktionsstandorte, alle deutschen Niederlassungen sowie sechs europäische Niederlassungen (Wien/AT, Zürich/CH, Rom/IT, Mailand/IT, Madrid/ES und Barcelona/ES) nach ISO 14001 zertifiziert →. Nachdem die Norm 2015 überarbeitet wurde, stellen wir derzeit die Umweltmanagementsysteme an unseren Standorten den Neuerungen entsprechend um. Die neu gesetzten Schwerpunkte umfassen zum Beispiel eine stärkere Einbindung der Stakeholder und die Berücksichtigung des gesamten Lebenszyklus unserer Produkte und Dienstleistungen. Die meisten dieser Neuerungen entsprechen unserer langjährigen Praxis. Sie sind nun jedoch auch in unsere Managementsystemprüfung nach ISO 14001:2015 zu integrieren.

Wir haben sechs Kompetenzzentren (Wasser, Abfall, Energie, Immissionen, Qualifizierung und Umweltmanagementsystem), die sowohl mit Umweltexperten der einzelnen Standorte als auch mit Fachleuten der zentralen Umweltschutzabteilung besetzt sind. Sie stimmen sich mit Technologieexperten der Produktion über gesetzliche Anforderungen ab und diskutieren Best-Practice-Ansätze. Darüber hinaus entwickeln sie Referenzsysteme für zukünftige Planungen und Prozessverbesserungen. Ökologische Verbesserungen, die sich an einem Standort bewährt haben, setzen wir nach Möglichkeit auch an anderen Standorten um. Hiervon profitieren sowohl bestehende als auch neue Standorte, wie beispielsweise unser zukünftiges Werk in San Luis Potosí/MX. Zudem geben wir unsere Erfahrungen an unsere Lieferanten weiter, um nach Möglichkeit die Nachhaltigkeitsperformance in unserer Lieferkette zu verbessern →.

→ Siehe
Tabelle 3.02

→ Siehe
Weiterführende
Kennzahlen

→ Siehe
Kapitel 3.3

Energieeffizienz optimieren

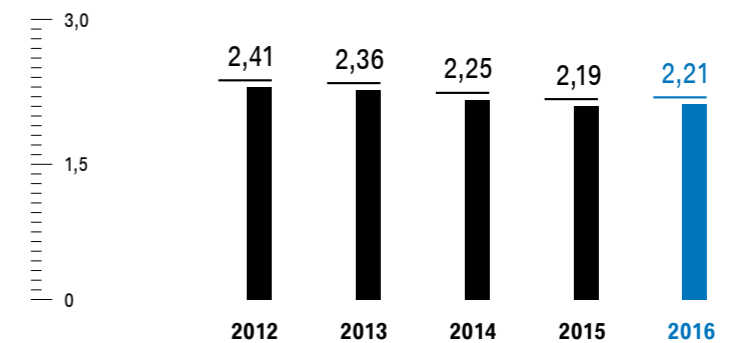
Im Jahr 2016 stieg der Energieverbrauch unserer Fahrzeugproduktion mit 2,21 MWh je produziertes Fahrzeug gegenüber dem Vorjahr leicht an (2015: 2,19 MWh) →. Dies ist wesentlich auf den Anlauf des neuen Motorenwerks in Shenyang/CN und den Aufbau einer neuen, effizienteren Lackieranlage in München/DE zurückzuführen. Sobald die hocheffizienten neuen Werke beziehungsweise Produktionsanlagen vollständig angelaufen sind, werden die alten Anlagen, die sie ersetzen, abgeschaltet. Dementsprechend gehen wir bereits ab 2017 von einer erneuten Senkung des Energieverbrauchs aus. Dadurch kommen wir unserem Ziel näher, den Verbrauch je produziertes Fahrzeug bis 2020 um 45 % gegenüber 2006 zu reduzieren. Auf diesem Weg ist bereits eine Reihe von Maßnahmen geplant, beispielsweise Wärmerückgewinnung, der flächendeckende Einsatz von LED und die weitere Erhöhung der Effizienz in den Lackierereien, unter anderem durch integrierte Lackierprozesse. Derzeit haben wir eine Reduktion von 35,4 % im Vergleich zum Basisjahr 2006 erreicht.

→ GRI G4-EN5, GRI G4-EN6

Energieverbrauch je produziertes Fahrzeug¹

→ T3.02

in MWh/Fahrzeug



¹ Effizienzkennzahl berechnet aus Strom-, Wärme-, Erdgas- und Heizölverbrauch der Fahrzeugproduktion (ohne Motorrad), bereinigt um KWK-Verluste geteilt durch die Gesamtzahl produzierter Fahrzeuge ohne Fahrzeuge aus der Auftragsfertigung Magna Steyr und Nedcar

→ GRI G4-EN5, GRI G4-EN6

Energiedaten intelligent steuern

Die BMW Group führt kontinuierlich Maßnahmen durch, die helfen, sowohl Energie einzusparen als auch CO₂-Emissionen zu reduzieren. Beispielsweise wurde im IT-Zentrum des Standorts München/DE eine prognosegestützte Gebäudeleittechnik eingebaut. Diese nutzt Wetterprognosen, eine gebäudephysikalische Simulation sowie laufende Messdaten, um den Energieverbrauch für die Lüftung und Beheizung des Bürogebäudes mit fast 60.000 m² Fläche und 3.000 Mitarbeitern zu optimieren. Das System wurde dort pilothaft projektiert. Es reduziert nicht nur den Wärmeverbrauch um 1.200 MWh, sondern erhöht gleichzeitig den Nutzungskomfort für die Mitarbeiter. Nach dieser erfolgreichen Pilotierung laufen Planungen, das Konzept auch an anderen Standorten umzusetzen.

In unserer Niederlassung in Stuttgart/DE konnten durch den Einsatz des Energiemanagementsystems „Emsyst 4.0“ die Energiekosten um 40 % gesenkt werden. Das System erfasst mittels Sensoren alle Verbräuche und steuert sie, sodass sich beispielsweise die Heizleistung bei geöffneten Fenstern reduziert.

Im April 2016 wurde die BMW Group als eins von nur neun Unternehmen ausgewählt, am North American Energy Management Pilot Program (NAEMPP) teilzunehmen. Dieses Programm fördert den Austausch zwischen den Teilnehmern in den USA, Kanada und Mexiko und unterstützt so die schnellere Umsetzung der Norm ISO 50001 und der Zertifizierung Superior Energy Performance[®] des U.S. Department of Energy zur Verminderung des Energiekonsums und der CO₂-Emissionen. Das Projekt ist bereits im Jahr 2016 gestartet und endet Mitte 2017 mit einer Evaluierung und Bewertung inklusive eines Best-Practice-Transfers. Konkrete Maßnahmen beinhalten unter anderem die Schaffung eines interdisziplinären Energiemanagementteams, die Erarbeitung und Verabschiedung einer Werksenergiepolitik mit langfristiger Energieplanung sowie die Identifikation von Kennzahlen, die die Transparenz für den zielgerichteten Energieeinsatz weiter steigern.

CO₂-Emissionen systematisch reduzieren

Vor dem Hintergrund des Klimawandels hat die Verringerung von CO₂-Emissionen für die BMW Group hohe Relevanz. Die Reduzierung von CO₂-Emissionen ist für uns ein ökologisches und gleichzeitig ein ökonomisches Gebot. Die Einsparung von CO₂-Emissionen führt durch weniger Energieverbrauch und Vermeidung von CO₂-Abgaben zu Kostensenkungen und Wettbewerbsvorteilen. Hinzu kommt, dass viele unserer Flottenkunden hohe Anforderungen an „Green Car Policies“ stellen. Dementsprechend treiben wir sowohl in unserer eigenen Produktion als auch in den weiteren Wertschöpfungsstufen die Reduktion von CO₂-Emissionen voran.

CO₂-Emissionen an eigenen Standorten minimieren

CO₂-Emissionen an den Standorten der BMW Group entstehen direkt durch die Verbrennung fossiler Kraftstoffe (Scope-1-Emissionen) sowie indirekt durch den Strom- und Wärmeverbrauch (Scope-2-Emissionen). Wir konzentrieren uns auf die Reduktion der CO₂-Emissionen unserer Produktion, die rund 90 % dieser Scope-1- und -2-Emissionen verursacht. Für alle Standorte gilt unsere Vision einer CO₂-freien Energieversorgung.

Durch unsere Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz sowie durch den Einsatz von Strom aus regenerativen Quellen an unseren Produktionsstandorten sind die CO₂-Emissionen der Fahrzeugproduktion je produziertes Fahrzeug im Berichtszeitraum gegenüber dem Vorjahr weiter um 5,3 % auf 0,54 t zurückgegangen (2015: 0,57 t CO₂ pro Fahrzeug).

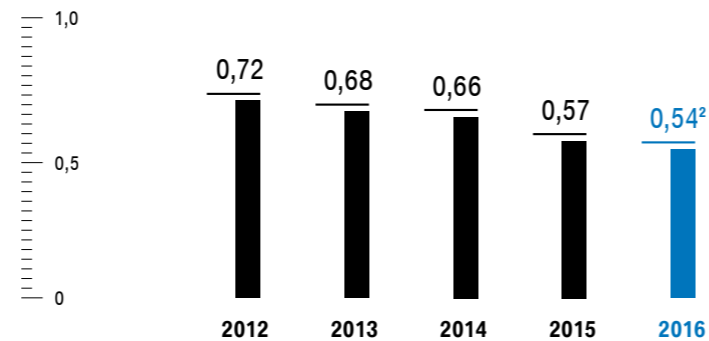
Um die Energieeffizienz zu steigern, bauen wir derzeit an sieben Standorten Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen aus. Diese neuen, hocheffizienten Anlagen vervierfachen die Erzeugungskapazität unserer derzeitigen acht Anlagen.

Ein weiteres Beispiel für die Steigerung der Energieeffizienz und die damit einhergehende Reduktion von CO₂-Emissionen ist der flächendeckende Austausch der Beleuchtung durch LED, den die BMW Group 2016 begonnen hat. Insgesamt wurden etwa 115.000 Leuchtpunkte ausgetauscht. So konnte bereits 2016 eine Reduzierung des Energiebedarfs in Höhe von 6.848 MWh erreicht werden. Damit konnten wir CO₂-Emissionen in Höhe von rund 2.800 t vermeiden.

CO₂-Emissionen je produziertes Fahrzeug¹

→ T3.03

in t/Fahrzeug



¹ Effizienzkennzahl berechnet aus Scope-1- und Scope-2-CO₂-Emissionen (Fahrzeugproduktion ohne Motorrad), bereinigt um KWK-Verluste geteilt durch die Gesamtzahl produzierter Fahrzeuge ohne Fahrzeuge aus den Auftragsfertigungen Magna Steyr und Nedcar

² berechnet mit aktualisierten Emissionsfaktoren

→ GRI G4-EN18

Im Jahr 2016 betragen die absoluten Emissionen im Produktionsnetzwerk 1.254.961 t CO₂ (2015: 1.267.485 t). Das bedeutet, dass wir das zweite Jahr in Folge trotz einer Steigerung des Produktionsvolumens eine Verringerung der absoluten CO₂-Emissionen in diesem Bereich erreicht haben. Dies konnte durch eine kontinuierliche Zunahme des eingekauften Grünstroms erreicht werden. Den beständigen Rückgang der CO₂-Emissionen je produziertes Fahrzeug über die letzten Jahre sehen wir als Bestätigung für die Effektivität unserer Maßnahmen →. → GRI G4-EN18, GRI G4-EN19

CO₂-Emissionen in den Wertschöpfungsstufen verringern

In den vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen reduzieren wir kontinuierlich Emissionen, die bei der Nutzung und Entsorgung unserer Produkte, in unserer Lieferkette, in der Transportlogistik und im Mitarbeiterberufsverkehr entstehen (Scope-3-Emissionen). Der mit rund 70 % größte Teil dieser Emissionen entsteht bei der Nutzung der verkauften Fahrzeuge. Dabei sind die Emissionen, die bei der Kraftstoffherzeugung entstehen, nicht mitgerechnet. Mit unseren Efficient Dynamics Technologien reduzieren wir kontinuierlich den durchschnittlichen CO₂-Ausstoß der Flotten pro Kilometer weltweit, im Jahr 2016 um 2 % auf 144 g CO₂/km (2015: 147 g CO₂/km) →.

→ Siehe
Kapitel 2.1

Rund ein Fünftel der Scope-3-Emissionen stammt aus der vorgelagerten Lieferkette. Wir suchen gemeinsam mit unseren Lieferanten kontinuierlich nach neuen Möglichkeiten, Ressourcen noch effizienter einzusetzen →.

→ Siehe
Kapitel 3.3

Außerdem entfallen etwa 2 % der Scope-3-Emissionen auf die weltweite Transportlogistik zur Materialversorgung der Produktionswerke, zur Auslieferung unserer Fahrzeuge und zur Ersatzteilversorgung der Märkte. Um die dabei anfallenden CO₂-Emissionen so gering wie möglich zu halten, folgen wir dem Grundsatz „Produktion folgt dem Markt“. Zudem bauen wir den Anteil CO₂-effizienter Verkehrsträger kontinuierlich aus. Eine Maßnahme zur Reduktion der CO₂-Emissionen ist die Erhöhung des Schienenanteils. So konnte zum Beispiel der Anteil aller Neufahrzeuge, die unsere Werke auf dem Schienenweg verlassen, mit 59,7 % auf einem hohen Niveau gehalten werden (2015: 63,1 %). Der geringe Rückgang ist durch eine leicht veränderte regionale Verteilung unserer Produktion bedingt →. Auch bei der Versorgung der Werke mit Produktionsmaterial spielt die Schiene eine wichtige Rolle. Beispielsweise verkehrt zweimal wöchentlich auf der transsibirischen Route ein Zug mit Fahrzeugteilen aus Deutschland nach China. Außerdem setzen wir in Zusammenarbeit mit Logistikdienstleistern bereits erste rein elektrisch fahrende LKW im werksnahen Lieferverkehr ein.

→ Siehe
Weiterführende
Kennzahlen

→ Siehe
Tabelle 3.03

Mit Design for Recycling stellen wir sicher, dass am Ende des Lebenszyklus unserer Fahrzeuge eine weitestgehende Rückführung der Bestandteile in den Materialkreislauf möglich ist. So tragen wir zusätzlich zu geringeren CO₂-Emissionen in der Wertschöpfungskette bei →.

→ Siehe
Kapitel 2.1

CO₂-Bilanz der BMW Group

→ T3.04

in t CO ₂	2012	2013	2014	2015	2016
Emissionen gesamt¹	61.603.503	64.019.874	66.913.264	68.991.955	70.818.970
SCOPE 1: DIREKTE TREIBHAUSGASEMISSIONEN CO₂, NO_x					
Emissionen gesamt	484.612	492.798	494.931	536.168	562.146
Emissionen BMW Group Standorte ²	395.012	399.473	403.810	443.575	472.021
Emissionen Dienstwagen	84.633	88.695	85.695	87.358	85.008
Emissionen unternehmenseigene Flugzeuge	4.966	4.630	5.426	5.235	5.117
SCOPE 2: INDIREKTE TREIBHAUSGASEMISSIONEN					
Emissionen gesamt³	862.214	922.843	966.067	923.313	868.089
Strom-/Wärmebezug BMW Group Standorte ³	862.214	922.843	966.067	923.313	868.089
SCOPE 3: INDIREKTE TREIBHAUSGASEMISSIONEN					
Emissionen gesamt	60.256.678	62.604.233	65.452.266	67.532.474	69.388.735
Emissionen Logistik	1.247.100	1.383.774	1.518.304	1.402.082	1.427.399
Emissionen Dienstreisen	111.971	113.388	137.601	138.522	166.164
Emissionen Mitarbeiterberufsverkehr ⁴	113.505	122.584	121.428	133.690	139.797
Emissionen Vorkette ⁵	12.592.090	13.274.865	14.331.118	14.886.300	15.391.154
Emissionen Nutzphase ⁶	45.251.958	46.696.786	48.239.470	49.582.958	51.079.073
Emissionen Entsorgung ⁵	940.054	1.012.836	1.104.345	1.145.158	1.185.148

¹ Ergänzung um Emissionen des Mitarbeiterberufsverkehrs, ab 2012 um Emissionen aus Lieferkette, Nutzphase und Entsorgung sowie ab 2015 Ergänzung der BMW Group Standortemissionen um BMW Motorrad Berlin/DE und Zentralfunktionen, Entwicklung und Verwaltung München/DE. Die aufgeführten Emissionen erreichen ca. 90 % der gesamten Scope-1- bis Scope-3-Emissionen der BMW Group aus. Bei Scope-1- und Scope-2-Emissionen Vernachlässigung von klimawirksamen Gasen neben CO₂

² Zahlen ab 2015 aufgrund Erweiterung der Systemgrenzen nicht direkt mit den Vorjahren vergleichbar: Emissionen von unternehmenseigenen Produktionsstandorten inklusive BMW Motorrad Berlin/DE sowie Zentralfunktionen, Entwicklung und Verwaltung München/DE. Verwendung der 2015 aktualisierten VDA-Faktoren

³ Zahl ab 2015 aufgrund einer Erweiterung der Systemgrenzen nicht direkt mit dem Vorjahr vergleichbar: Emissionen von unternehmenseigenen Produktionsstandorten inklusive BMW Motorrad Berlin/DE sowie Zentralfunktionen, Entwicklung und Verwaltung München/DE. Die Market-based-Emissionen gemäß GHG Protokoll Scope 2 Guidance. Hierbei Verwendung der Lieferantenstromkennzeichnungen 2015 in Deutschland und UK sowie der 2015 aktualisierten VDA-Faktoren. Scope-2-Emissionen berechnet mit der „location based“-Methode (gesamter Fremdstrom- und -wärmebezug mit VDA-Faktoren berechnet): 1.532.448 t CO₂

⁴ Hochrechnung aus der Tabelle „Genutzte Verkehrsmittel der BMW Group Mitarbeiter und indirekte CO₂-Emissionen durch den Berufsverkehr der Mitarbeiter“.

⁵ Emissionen aus Lieferkette und Entsorgung sind aus Ökobilanzen repräsentativer Fahrzeuge der Produktlinien mit dem LCA-Tool Gabi der Firma Thinkstep berechnet (u. a. Berücksichtigung der klimawirksamen Gase CO₂, CH₄, N₂O, SF₆, NF₃). Zu den CO₂e-Emissionen korrespondierend ergeben sich aus den Ökobilanzen die Energieverbräuche (unterer Heizwert): rund 70.205.000 MWh in der Lieferkette sowie rund 476.000 MWh bei den Entsorgern.

⁶ Die Flottenemissionen sind eine Hochrechnung der Flottendurchschnittsemissionen der Hauptabsatzmärkte der BMW Group. Der Berechnung wurde eine durchschnittliche Laufleistung von 150.000 km zugrunde gelegt.

BMW Energy Services – Geschäftsmodelle zur Energiewende entwickeln

Der neu geschaffene Geschäftsbereich BMW Energy Services betreibt verschiedene digitale Geschäftsmodelle, um am Energiemarkt der Zukunft teilzuhaben und die Energiewende mit voranzutreiben.

In 2015 haben wir das Unternehmen „Digital Energy Solutions“ als Joint Venture zusammen mit der Firma Viessmann gegründet. Die digital basierten Dienstleistungen der Digital Energy Solutions richten sich an kleine und mittlere Unternehmen aus Industrie und Gewerbe. Kern des Geschäftsmodells ist es zum einen, Potenziale für Energieflexibilität zu identifizieren und nutzbar zu machen. Zum anderen werden durch die synergetische Zusammenführung der Sektoren Strom, Wärme/Kälte und Mobilität Überschussmengen an Strom – vornehmlich aus erneuerbaren Energien – einer effektiven Verwendung zugeführt. So kann beispielsweise überschüssiger Strom aus einer PV-Anlage direkt zum Laden der E-Fahrzeugflotte genutzt werden. Kunden profitieren von dieser Dienstleistung dreifach: von einer ganzheitlichen Optimierung der Energiekosten, einer nachhaltigen Reduktion des CO₂-Fußabdrucks sowie von einer verbesserten Versorgungssicherheit an ihrem Unternehmensstandort. Als Ganzes betrachtet, verfolgt das Joint Venture das Ziel, die CO₂-Emissionsziele im Strom-, Wärme- und Verkehrssektor insbesondere in Deutschland und Österreich kostengünstig zu erreichen.

An einigen Standorten vermarktet die BMW Group seit 2015 ihre Flexibilitäten aus der Wärme- und Strom-Eigenenerzeugung im Rahmen der sogenannten Regelenergie.

Zudem setzen wir Lösungen basierend auf gebrauchten Fahrzeugbatterie-Speichern um, mit denen die klimafreundliche, aber volatil erzeugte Energie aus Sonne und Wind gespeichert und nach Bedarf genutzt werden kann →.

→ Siehe
Kapitel 2.2

Rohstoffe intelligent einsetzen

Der umweltschonende Einsatz von Rohstoffen wird durch das Life Cycle Engineering → bereits in der Fahrzeugentwicklung berücksichtigt. Entsprechend gestalten wir unsere Lieferketten und Materialkreisläufe. Dies erlaubt uns, den Einsatz von Sekundärrohstoffen in unseren Fahrzeugen sukzessive zu erhöhen. Bereits heute bestehen bis zu 20% der thermoplastischen Werkstoffe in unseren Fahrzeugen aus Rezyklaten (2013 bis 2016: bis zu 20%). Diese Werkstoffe machen durchschnittlich 12% des Fahrzeuggewichts aus →. In hochfesten Aluminiumussteilen setzen wir bis zu 50% Sekundäraluminium ein. → GRI G4-EN2 Wo immer es technisch, ökonomisch und ökologisch sinnvoll sowie sozial verträglich ist, ersetzen wir zudem technische Primärmaterialien durch nachwachsende Rohstoffe. So konnten wir zum Beispiel Träger von Türverkleidungen mit Naturfasern ersetzen. Diese werden unter anderem in den BMW i3, BMW 7er und BMW 5er Modellen eingesetzt. Dadurch leisten wir einen wichtigen Beitrag zur Ressourceneffizienz.

→ Siehe
Grafik 2.02

→ Siehe
Weiterführende
Kennzahlen

Bei der Verwendung von Seltenen Erden nehmen wir eine sorgfältige Abwägung von Gewicht, Funktion und Kosten vor. Seltene Erden sind Schlüsselrohstoffe für verschiedene Komponenten moderner Fahrzeuge. Der Einsatz von Seltenen Erden kann unter anderem durch höhere Effizienz von elektrischen Systemen zur Senkung des Kraftstoffverbrauchs beitragen. Bei einigen Komponenten, wie zum Beispiel beim Motorlüfter, konnten wir einen vollständigen Ersatz von potenziell versorgungskritischen Seltene-Erden-Elementen erreichen.

Fahrzeuge zurücknehmen und verwerten

Wir betrachten Altfahrzeuge nicht als zu entsorgenden Abfall, sondern vielmehr als Quelle für Sekundärrohstoffe. Deshalb stellen wir am Ende des Lebenszyklus eines Fahrzeugs über etablierte Systeme die Rückführung von Altfahrzeugen, Komponenten und Materialien in den Rohstoffkreislauf sicher.



Im BMW Group Recycling und Demontage Zentrum (RDZ) in Unterschleißheim wird die umweltschonende und effiziente Verwertung von BMW Fahrzeugen erforscht.

Gemeinsam mit ihren nationalen Vertriebsgesellschaften hat die BMW Group bereits in 30 Ländern die Rücknahme von Altfahrzeugen geregelt und bietet Fahrzeugeigentümern eine umweltgerechte Verwertung bei eigens benannten Rücknahmestellen an. → GRI G4-EN27, GRI G4-EN28

Alle seit 2008 auf den Markt gebrachten Fahrzeuge der BMW Group erfüllen die weltweit striktesten gesetzlichen Anforderungen zur Verwertung von Altfahrzeugen, Komponenten und Materialien (95 % Gesamtverwertung, 85 % Wiederverwendung und stoffliche Verwertung).

In unserem Recycling und Demontage Zentrum (RDZ) erproben wir fortlaufend neue Recyclingkonzepte für neuartige Fahrzeugkomponenten. Des Weiteren fördern wir durch die Zusammenarbeit mit Forschungsinstituten und Lieferanten die Umsetzung neuer Verwertungstechnologien wie zum Beispiel das Recycling von Hochvolt-Speichern und Kohlenstofffaserbauteilen. Durch den Einsatz von Sekundärrohstoffen bei der Produktion von Lithium-Ionen-Batteriezellen wollen wir auch in diesem Bereich die Stoffkreisläufe schließen.

Im September 2016 haben wir zusammen mit der ALBA Group das Joint Venture Encory gegründet, das gebrauchte Kraftfahrzeugteile wiedergewinnt, aufbereitet und vermarktet. Ziel des Unternehmens ist es, den Wiederverwendungsanteil qualitativ hochwertiger Kfz-Teile zu erhöhen und gleichzeitig die Sammlung und Aufbereitung von Gebrauchtteilen effektiv und effizient zu organisieren.

Produktionsabfall vermeiden und wiederverwerten

Wir haben unser Ziel, das Abfallaufkommen der Fahrzeugproduktion gegenüber dem Basisjahr 2006 bis 2020 um 45 % zu verringern, bereits erreicht. Dennoch arbeiten wir kontinuierlich daran, den Anteil des Abfalls zur Beseitigung weiter zu minimieren und so viele Reststoffe wie möglich in eine Kreislaufwirtschaft zu überführen. Dies erreichen wir durch eine verbesserte Abfalltrennung und durch die intensive Suche nach weiteren Verwertungsmöglichkeiten der einzelnen Abfallfraktionen. Im Jahr 2016 konnten wir beispielsweise für das Werk Tiexi in Shenyang/CN eine behördliche Genehmigung für die Verwertung des Materials aus der Trockenabscheidung erreichen. Mit der Genehmigung ist es möglich, das Material zur stofflichen Verwertung in einem Zementwerk zu verwenden.

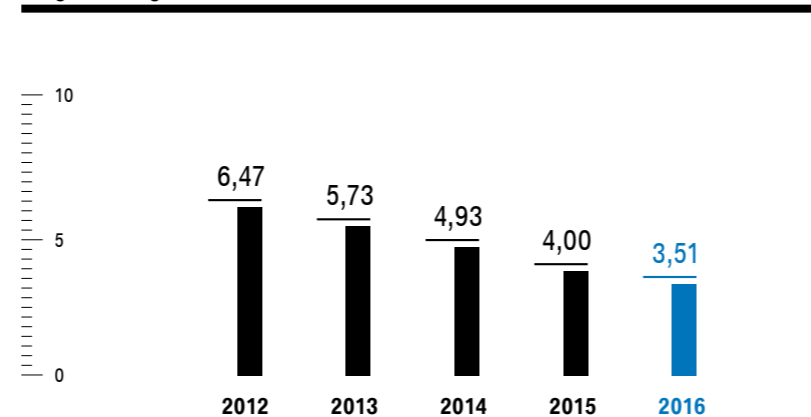
Der Abfall aus der Produktion, der nicht zu verwerten ist, konnte im Jahr 2016 auf 3,51 kg je produziertes Fahrzeug weiter reduziert werden (-12,3 % gegenüber 2015 →). Dies sehen wir als einen Indikator für die Wirksamkeit unserer Anstrengungen zur Abfallreduktion.

→ Siehe
Tabelle 3.05

Abfall zur Beseitigung je produziertes Fahrzeug¹

→ T3.05

in kg/Fahrzeug



¹ Effizienzkennzahl berechnet aus Abfall zur Beseitigung der Fahrzeugproduktion geteilt durch die Gesamtzahl produzierter Fahrzeuge ohne Fahrzeuge aus den Auftragsfertigungen Magna Steyr und Nedcar

Wasserverbrauch und Abwasser reduzieren

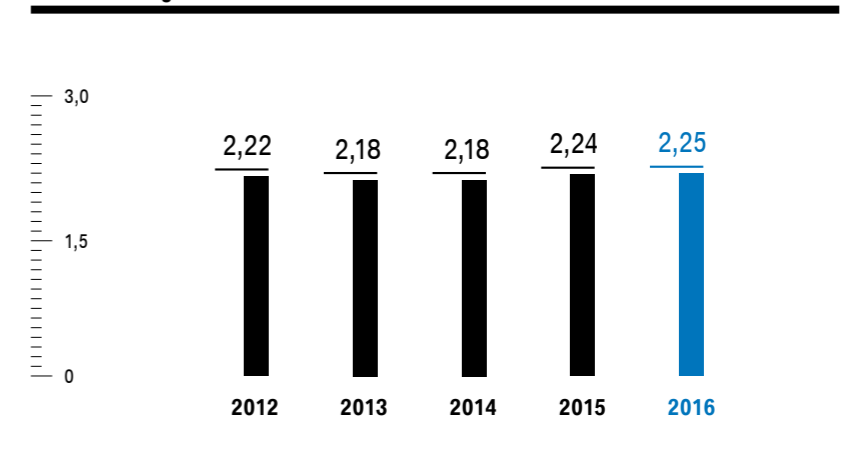
Wir arbeiten kontinuierlich daran, unseren Wasserverbrauch zu senken. Einen besonderen Fokus legen wir hierbei auf Produktionsstandorte in Ländern mit erhöhtem Wasserrisiko wie in Südafrika, den USA oder China. Aktuell bestehen an keinem unserer Produktionsstandorte Wasserversorgungsrisiken.

Die drei größten Wasserverbrauchsfaktoren der BMW Group sind die Sanitäreinrichtungen für unsere Mitarbeiter (47 %), die Verdunstung, hauptsächlich in Kühltürmen (rund 34 %), sowie die Produktionsprozesse, insbesondere in den Lackierereien (rund 19 %). In allen drei Bereichen setzen wir entsprechende Maßnahmen zur kontinuierlichen Reduzierung um. Im Berichtsjahr konnten wir beispielsweise den Wasserverbrauch unserer Werke in München/DE, Regensburg/DE und Rosslyn/ZA durch Prozessoptimierungen und Anlagenertüchtigungen in den Lackierereien sowie durch die Wiederverwendung von Wasser aus der Abwasserbehandlung für die Produktion und Kühlung reduzieren.

Wasserverbrauch je produziertes Fahrzeug¹

→ T3.06

in m³/Fahrzeug



¹ Effizienzkennzahl berechnet aus Wasserverbrauch der Fahrzeugproduktion geteilt durch die Gesamtzahl produzierter Fahrzeuge ohne Fahrzeuge aus den Auftragsfertigungen Magna Steyr und Nedcar

Der Wasserverbrauch je produziertes Fahrzeug konnte im Jahr 2016 trotz weltweiter Temperaturrekorde mit langen Hitzeperioden annähernd auf dem Vorjahresniveau gehalten werden (2016: 2,25 m³, 2015: 2,24 m³). Gegenüber dem Basisjahr 2006 wurde der Wasserverbrauch um 31 % verringert →.

→ Siehe
Tabelle 3.06

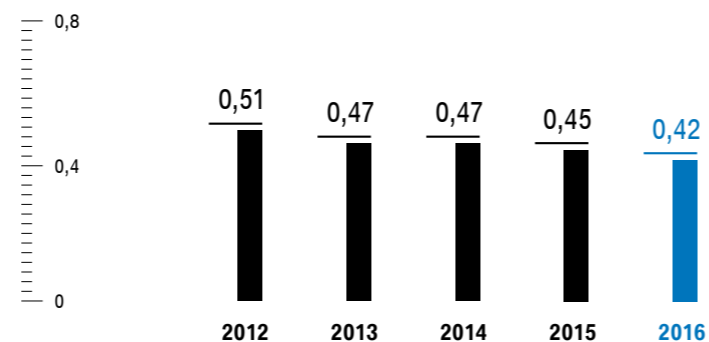
Wir arbeiten kontinuierlich an der Umsetzung unserer Vision von abwasserfreien Prozessen in der Produktion. Im Jahr 2016 fielen 0,42 m³ Prozessabwasser je produziertes Fahrzeug an →. Durch kontinuierliche Verbesserungen unserer Anlagen, insbesondere die Optimierung unserer Lackierereien und Abwasserbehandlungsanlagen in Spartanburg/USA, Rosslyn/ZA und Dingolfing/DE, wurde eine Verbesserung von 6,7 % gegenüber dem Vorjahr erreicht (2015: 0,45 m³). Hier haben wir mit einer Reduktion von 48,8 % gegenüber 2006 unser Ziel bis 2020 (45 % im Vergleich zu 2006) bereits erreicht.

→ Siehe
Tabelle 3.07

Prozessabwasser je produziertes Fahrzeug¹

→ T3.07

in m³/Fahrzeug



→ Siehe
Tabelle 3.08

¹ Effizienzkennzahl berechnet aus Prozessabwasser der Fahrzeugproduktion geteilt durch die Gesamtzahl produzierter Fahrzeuge ohne Fahrzeuge aus den Auftragsfertigungen Magna Steyr und Nedcar

Lösungsmittel minimieren

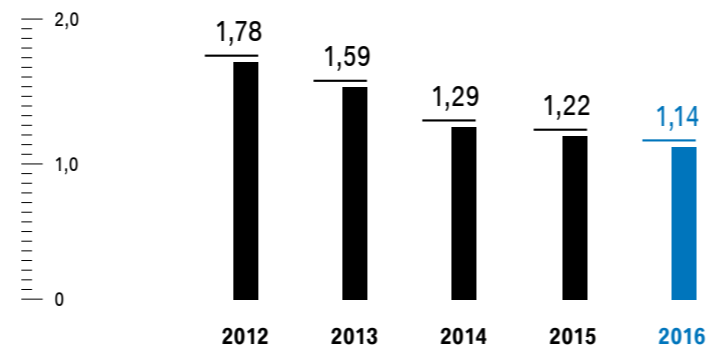
Im Rahmen unseres konzernweiten Umweltschutzes wollen wir auch die Belastung der Umwelt durch VOC-Emissionen (flüchtige organische Lösungsmittel) reduzieren, die insbesondere in unseren Lackierereien entstehen. Bis Ende 2016 betrug die Reduktion der VOC-Emissionen je produziertes Fahrzeug 54,6 % gegenüber 2006. Damit haben wir das selbst gesteckte Ziel einer Reduktion von 45 % bis 2020 bereits deutlich unterschritten.

Mit durchschnittlich 1,14 kg VOC-Emissionen je produziertes Fahrzeug unterschreiten wir die strengen deutschen Grenzwerte auch an fast allen internationalen Standorten. Im letzten verbliebenen Standort Rosslyn/ZA, der die deutschen Grenzwerte noch nicht einhält, wird gerade die Lackiererei erneuert. Laut Prognose werden diese Grenzwerte nach dem Umbau auch dort unterschritten. Die national geltenden Grenzwerte werden selbstverständlich in allen Produktionsstandorten eingehalten. Die VOC-Emissionen je produziertes Fahrzeug sind im Jahr 2016 gegenüber 2015 um 6,6 % leicht gesunken →. Dies konnte durch die Umsetzung von weiteren Nachverbrennungsmaßnahmen sowie durch verbesserte Prozesstechnologie (zum Beispiel Robotereinsatz in der Lackiererei Rosslyn/ZA) im weltweiten Produktionsnetzwerk erreicht werden, obwohl die VOC-Emissionen an zwei Standorten aufgrund von Prozessanläufen temporär anstiegen.

Lösungsmittlemissionen je produziertes Fahrzeug¹

→ T3.08

in kg/Fahrzeug



¹ Effizienzkennzahl berechnet aus den VOC-Emissionen der Fahrzeugproduktion geteilt durch die Gesamtzahl produzierter Fahrzeuge ohne Fahrzeuge aus den Auftragsfertigungen Magna Steyr und Nedcar

Ausblick

Wir werden auch in den kommenden Jahren unsere Bemühungen zur Steigerung der Ressourceneffizienz fortsetzen und dabei besonders den Materialbedarf für die Ausweitung der Elektromobilität berücksichtigen. Die konzernweite Umstellung des Umweltmanagementsystems gemäß der überarbeiteten Norm ISO 14001:2015 wird dabei weiterhin im Vordergrund stehen.

Die neue Lackieranlage in unserem Werk in München/DE wird ab dem dritten Quartal 2017 voll in Betrieb sein. Sie wird zur Verringerung des Energie- und Wasserverbrauchs beitragen. Weitere Energie- und Wassersparmaßnahmen sind in verschiedenen Werken geplant: zum Beispiel eine neue Abwasseranlage am Standort Regensburg/DE, der Abschluss des Umbaus der Lackiererei in Dingolfing/DE, eine Prozessänderung in der Gießerei in Landshut/DE, der Abschluss der Werkserneuerung in Rosslyn/ZA und die Werkserweiterung in Shenyang/CN.

Ab 2019 wird unser derzeit im Bau befindliches neues Werk in Mexiko einen signifikanten Beitrag zu unserer Ressourceneffizienz leisten. Bereits ab dem ersten vollen Produktionsjahr soll es das ressourceneffizienteste Werk der BMW Group werden.



→ ERNEUERBARE ENERGIEN

Die BMW Group ist führend beim Einsatz von erneuerbarer Energie in Produktion und Wertschöpfung.

3.2 ERNEUERBARE ENERGIEN

Erneuerbare Energien spielen eine entscheidende Rolle für die Reduzierung von CO₂-Emissionen. Um den Auswirkungen des Klimawandels entgegenzuwirken, bauen wir daher die Eigenerzeugung von regenerativem Strom an unseren Standorten aus und nutzen weltweit zunehmend Strom aus regenerativen Quellen. Auf diese Weise verbessern wir unsere Umweltbilanz, unterstützen die Entwicklung nachhaltiger Energiegewinnung und leisten einen Beitrag zum Klimaschutz. Nicht zuletzt entspricht dieser Ansatz unserem Verständnis einer nachhaltigen Mobilität mit Fahrzeugen, die möglichst emissionsarm produziert werden. Unser Engagement lohnt sich auch finanziell, denn aufgrund der technologischen Entwicklung wird grüner Strom zunehmend günstiger.

Wir steigern kontinuierlich den Einsatz von erneuerbaren Energien entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Neben der Förderung regenerativer Energien für die Nutzung unserer Fahrzeuge → konzentrieren wir uns vor allem auf unsere eigenen Werke. Ein weiterer großer Teil der CO₂-Emissionen fällt durch die Herstellung unserer Produkte bei den Zulieferern an. Daher unterstützen wir den Einsatz von regenerativem Strom auch in unserer Lieferkette.

Im Jahr 2016 haben wir den Einsatz regenerativer Energien für unsere Stromversorgung auf 63 % weiter gesteigert →. Der beständige Anstieg des Grünstromanteils zeigt, dass unsere Maßnahmen ihre Wirkung entfalten. Einem noch schnelleren Ausbau stehen an vielen Standorten die wechselnden politischen und ökonomischen Rahmenbedingungen entgegen. In diesem Kontext sind wir kontinuierlich bestrebt, sowohl technisch als auch wirtschaftlich und politisch tragfähige Lösungen zu finden.

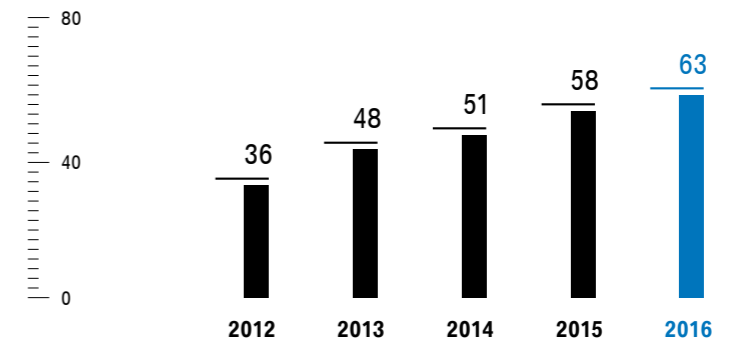
→ Siehe
Kapitel 2.2

→ Siehe
Tabelle 3.09

Anteil Strom fremd aus erneuerbaren Energien¹

→ T3.09

in %



¹ Zahlen ab 2015 nicht direkt mit den Zahlen für 2012–2014 vergleichbar. Zahlen ab 2015 schließen alle BMW Group Produktionsstandorte sowie Zentralfunktionen, Entwicklung und Verwaltung München/DE ein.

Nutzung erneuerbarer Energien an Standorten der BMW Group ausbauen

An unseren Standorten entscheiden wir je nach den lokalen Bedingungen, welche Form der regenerativen Energie zielführend ist. Daher kommen an verschiedenen Standorten diverse alternative Technologien zur Energieerzeugung zum Einsatz.

Der Eigenproduktion von regenerativer Energie geben wir den Vorrang. Falls dies unter den gegebenen Rahmenbedingungen nicht möglich ist, kaufen wir nach Möglichkeit Grünstrom lokal ein. Wir arbeiten an allen Standorten daran, den Anteil des Stroms aus regenerativen Quellen kontinuierlich zu steigern. Hierzu führen wir länderspezifische Analysen durch, in denen wir die politischen und ökonomischen Rahmenbedingungen regelmäßig bewerten. Diese Regelmäßigkeit ist notwendig, da sich die lokalen Gesetzgebungen bezüglich erneuerbarer Energien kontinuierlich weiterentwickeln. Für Deutschland und Großbritannien haben wir diese aktuell bereits abgeschlossen und setzen entsprechende Maßnahmen um. Mit der Bewertung der Situation in den USA haben wir 2016 begonnen.

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

3.1 Ressourcenverbrauch

→ 3.2 Erneuerbare Energien

3.3 Nachhaltige,
ressourceneffiziente
Lieferkette

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Anhang

In neuen Werken binden wir erneuerbare Energien nach Möglichkeit von Anfang an in die Planung mit ein. Ein Beispiel hierfür ist unser Werk in Mexiko, das sich derzeit im Bau befindet. Die Grundlast des Werks decken wir mit Fotovoltaikstrom aus der eigenen Solaranlage. Hierfür wurden erstmals bereits in der initialen Planung Grundstücksflächen für die Errichtung der Fotovoltaikanlagen vorgesehen.

In unserem Werk in Südafrika konnte im Berichtsjahr eine unserer Maßnahmen des Vorjahres voll greifen: Die Bio2Watt-Anlage, die mit Biogas aus Abfällen von Rinder- und Hühnerfarmen sowie aus der Lebensmittelproduktion betrieben wird und unser Werk in Rosslyn/ZA seit 2015 mit CO₂-freiem Strom beliefert, war 2016 erstmals ganzjährig in Betrieb. Insgesamt lieferte sie 15.844 MWh Strom, was 25 % des Gesamtstrombedarfs des Werks entspricht.



Nutzung erneuerbarer Energien: Wasserkraftwerke am Columbia River zur Versorgung des Standorts Moses Lake.

Neben den Produktionswerken engagieren wir uns auch im Bereich unserer Bürobauten. So haben wir beispielsweise unser neues BMW Classic Gebäude in München/DE umfangreich saniert und mit einer Fotovoltaikanlage ausgestattet. Des Weiteren haben wir in unserem Head Office

in Südafrika eine energetische Sanierung durchgeführt und ein 5-Star-Rating vom Green Building Council SA (GBCSA) erreicht. Hierbei hat das Gebäude die höchsten Punktzahlen im Bereich Energie erhalten, unter anderem aufgrund der auf dem Dach des Gebäudes installierten Fotovoltaikanlage. Darüber hinaus wurden Unterstromzähler installiert, um höchste Transparenz bezüglich des Energieverbrauchs zu erreichen. Durch diese Maßnahmen konnten wir den Spitzenstromverbrauch des Gebäudes gegenüber dem Zustand vor der Sanierung um 30 % reduzieren. Einen großen Teil des verbleibenden Strombedarfs deckt unsere hauseigene Fotovoltaikanlage ab.

Grünen Strom für IT einsetzen

Auch Rechenzentren benötigen große Strommengen. Deshalb achten wir dort besonders auf Energieeffizienz, verwenden einen möglichst hohen Anteil von Grünstrom und versuchen auch bei der Gestaltung der Rahmenbedingungen klimaneutrale Lösungen zu finden. Unser Rechenzentrum in München/DE kühlen wir zum Beispiel mit Grundwasser aus Brunnen entlang der Münchner U-Bahn-Trasse. So werden durch die Kühlung keine CO₂-Emissionen verursacht.

Das neue Datacenter, das derzeit in Aschheim/DE außerhalb von München/DE errichtet und von der BMW Group als Co-Location-Standort genutzt wird, benötigt im Endausbau eine elektrische Leistung von bis zu 36 MW. Durch ein ausgeklügeltes Kühlkonzept unter Verwendung sehr effizienter Luft/Luft-Wärmetauscher erfolgt dort die Klimatisierung mit äußerst geringem Strombedarf.

Wie unsere Werke in Deutschland werden auch unsere Rechenzentren mit einem Energiemix betrieben, dessen Grünstromanteil weit über dem des deutschen Stromnetzes liegt. Im Jahr 2016 wurden unsere Werke und Rechenzentren in Deutschland mit über 80 % Grünstrom gespeist.

Ein weiteres Rechenzentrum der BMW Group befindet sich in Island, wo der gesamte Strombedarf mit Erdwärme und Wasserkraft gedeckt wird.

Erneuerbare Energien in der Lieferkette fördern

Wir fördern die Anwendung erneuerbarer Energien auch in unserer Lieferkette. Unser Engagement beginnt auf der strategischen Ebene: Auf Grundlage von Informationen, die wir im Rahmen des → **Supply Chain Programms (CDP)** von den Lieferanten einfordern →, treffen wir mit ihnen Vereinbarungen zur Erhöhung des Anteils regenerativer Energien. Für unsere Top-100-Lieferanten bewerten wir die CO₂-Performance im Rahmen der jährlichen Supplier Performance Reviews. Der Anteil erneuerbarer Energien ist eines der zehn Detailmerkmale, die für die BMW Group relevant sind. Daher wird im Rahmen der Reviews der berichtete Anteil der regenerativen Energien mit dem einer Referenzgruppe verglichen, woraus Handlungsbedarfe abgeleitet werden. Regelmäßig treffen wir mit den Lieferanten Vereinbarungen darüber, diesen Anteil zu erhöhen. Ein besonders herausragendes Einzelbeispiel aus 2016 ist die DRÄXLMAIER Group, ein Familienunternehmen und einer der Top-100-Automobilzulieferer weltweit mit den Schwerpunkten Bordnetz- und Interieursysteme. Die DRÄXLMAIER Group hat die Umstellung auf Gas und Strom aus erneuerbaren Energien für alle Standorte in Deutschland und Österreich mit uns vereinbart und 2016 auch umgesetzt. Zudem hat die BMW Group in ihrem eigenen öffentlichen CDP-Reporting Science-Based Targets kommuniziert, zu deren Erreichung eine vollständige Umstellung auf erneuerbare Energien erforderlich ist. Wir fordern alle in das CDP Supply Chain Programm einbezogenen Lieferanten auf, ihre Emissionsziele für das Reporting 2017 auf diese Konformität hin zu prüfen und ihrerseits Science-Based Targets zu formulieren. Dieser Prozess ist ohne einen klaren Strategiewechsel hin zu erneuerbaren Energien nicht umsetzbar.

→ Siehe
Kapitel 3.3

Ausblick

In den kommenden Jahren werden wir die Bedingungen für den Ausbau von regenerativen Energien in weiteren Ländern untersuchen und entsprechende Maßnahmen vorantreiben.

Beispielsweise werden ab 2017 30% des Strombedarfs unserer Niederlassung in Stuttgart/DE mit einer Fotovoltaikanlage abgedeckt. In Mexiko wird der Bau der Solaranlage im neuen Werk in San Luis Potosí zeitlich so beginnen, dass mit Produktionsstart im Jahr 2018 CO₂-freie Energie für das Werk zur Verfügung steht.

Zudem werden wir unsere strategischen Analysen für die beste Lösung der CO₂-freien Energieversorgung in den USA als wichtigem Markt mit einem der größten Produktionsstandorte der BMW Group vorantreiben.

Über den Einsatz von Grünstrom hinaus arbeiten wir an Strategien, um den Wärme- und Gasbedarf an unseren Standorten weltweit in Zukunft emissionsfrei abdecken zu können.



→ NACHHALTIGE, RESSOURCENEFFIZIENTE LIEFERKETTE

Die BMW Group wird bis 2020 die Transparenz
und Ressourceneffizienz in der Lieferkette
deutlich steigern.

3.3 NACHHALTIGE, RESSOURCENEFFIZIENTE LIEFERKETTE

Ein großer Teil der Wertschöpfung wird von unseren Lieferanten geleistet. Das globale Wachstum der BMW Group führt dabei zu immer komplexeren Lieferketten. Daher stellt die Umsetzung von Umwelt- und Sozialstandards entlang der gesamten Wertschöpfungskette eine große Herausforderung für uns dar. Wir arbeiten eng mit unseren Lieferanten zusammen, um die Transparenz und Ressourceneffizienz in der Lieferkette zu steigern und die Einhaltung von Nachhaltigkeitsstandards sicherzustellen. Nur indem wir gemeinsam unserer sozialen und ökologischen Verantwortung gerecht werden, können wir die Zukunftsfähigkeit unseres Geschäftsmodells sichern.

Grundlage für die Steigerung von Transparenz und Ressourceneffizienz ist unser → **BMW Group Nachhaltigkeitsstandard für das Lieferantennetzwerk**, der soziale und ökologische Kriterien für unsere Lieferanten sowie deren Zulieferer festschreibt. Die Mindestanforderungen, die von allen Lieferanten erfüllt werden müssen, werden für ausgewählte Projekte durch spezifische Anforderungen ergänzt.

Um die Einhaltung der Nachhaltigkeitsanforderungen sicherzustellen, wenden wir im Rahmen unseres Risikomanagements einen branchenweiten Nachhaltigkeitsfragebogen an. Die daraus resultierende Bewertung unserer Lieferanten ist ein entscheidendes Kriterium für die Auftragsvergabe. Betrachtet werden hierbei die konkreten Produktionsstandorte, nicht nur die Zentrale des Lieferanten. Gemeinsam mit unseren Lieferanten erarbeiten wir zudem Ansätze für einen immer effizienteren Umgang mit Ressourcen. Für ausgewählte Rohstoffe oder Materialien analysieren wir zusätzlich die Auswirkungen über die gesamte Lieferkette und unterstützen spezifische Initiativen zur Steigerung der Nachhaltigkeitsperformance.



Die BMW Group arbeitet mit mehr als 12.000 direkten Lieferanten zusammen.

Im Jahr 2016 konnten wir wichtige Fortschritte erzielen:

- Im Berichtsjahr wurden 5.616 (2015: 1.900) potenzielle und bestehende Lieferantenstandorte mittels Nachhaltigkeitsfragebogen bewertet. Die so evaluierte Nachhaltigkeitsperformance ist ein Vergabekriterium für fast alle unserer Teilelieferanten → **Selbstauskunft einholen**.
- Immer mehr Lieferanten erfüllen unsere Mindestanforderungen bereits zum Zeitpunkt der Beauftragung. 38 % der 2016 beauftragten Lieferanten konnten beispielsweise bereits eine ISO-14001-Zertifizierung vorweisen. Die Erfüllung der Mindestanforderungen fordern wir für nominierte Lieferantenstandorte bis spätestens zum Produktionsstart oder vereinbarten Zieltermin ein.
- Die Lieferanten, die im Jahr 2016 am Supply Chain Programm des CDP teilgenommen haben, deckten 69 % des BMW Group Einkaufsvolumens 2016 ab (2015: 53 %). Damit konnte die Transparenz hinsichtlich CO₂-Emissionen in den Lieferketten deutlich gesteigert werden. Die an dem Programm teilnehmenden Lieferanten berichteten insgesamt von rund 36 Mio. t weniger CO₂-Emissionen (2015: 35 Mio. t). Zudem haben wir auf dieser Basis begonnen, mit einzelnen Lieferanten Pilotprojekte zur Emissionsreduzierung zu vereinbaren.

Prinzipien und Standards für Lieferanten einfordern

Es ist uns wichtig, dass unsere Partner dieselben ökologischen und sozialen Standards erfüllen, an denen wir uns selbst messen lassen. Der BMW Group Nachhaltigkeitsstandard für das Lieferantennetzwerk schreibt die Achtung international anerkannter Menschenrechte sowie Umwelt-, Arbeits- und Sozialstandards für alle Lieferanten der BMW Group vor. Der Nachhaltigkeitsstandard ist fester Bestandteil der Anfrageunterlagen für neue Lieferanten und folglich ein wichtiges Instrument, um Nachhaltigkeitsaspekte in den Beschaffungsprozess zu integrieren.

Jeder Lieferant, der uns seine Leistungen anbietet, muss die Nachhaltigkeitsanforderungen der BMW Group in seinem Angebot berücksichtigen. Alle Verträge der BMW AG mit ihren Lieferanten enthalten Klauseln, die sich auf die Prinzipien des → **UN Global Compact** und der → **Internationalen Arbeitsorganisation (ILO)** beziehen. Diese Vereinbarungen beinhalten auch die vertragliche Verpflichtung zur Einhaltung von Menschenrechten, Arbeits- und Sozialstandards sowie zur Umsetzung von Umweltmanagementsystemen und konkreten Umweltschutzmaßnahmen → **BMW Group Website zum Lieferantennetzwerk**.

Mit der Unterzeichnung des Vertrags verpflichten sich unsere Lieferanten, die Einhaltung dieser Vereinbarungen auch von ihren Auftragnehmern einzufordern. Unsere Lieferanten sind entsprechend dazu angehalten, die Umsetzung von Nachhaltigkeitskriterien auch in der vorgelagerten Lieferkette sicherzustellen.

Mitarbeiter und Lieferanten schulen

Mit unserem Schulungsangebot wollen wir sowohl Einkäufer als auch unsere Lieferanten für das Thema Nachhaltigkeit in der Lieferkette sensibilisieren. Wir erklären Wirkungszusammenhänge und machen unsere Erwartungen deutlich. So befähigen wir die Teilnehmer, durch ihre Entscheidungen zu mehr Nachhaltigkeit entlang der Lieferkette beizutragen.

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, möglichst viele unserer Einkäufer zu schulen. Im Berichtsjahr haben 156 Einkäufer ein Präsenztraining zu Nachhaltigkeit absolviert, das sowohl soziale, ökologische als auch Governance-spezifische Themengebiete umfasst. 53 Einkäufer durchliefen ein spezifisches Training zur Anwendung des Nachhaltigkeitsfragebogens.

Darüber hinaus schulten wir 25 unserer Lieferanten im Rahmen eines zweitägigen Zertifikatslehrgangs (2015: 20) und führten mehrere branchenweite Schulungen für BMW Group Lieferanten mit identifizierten Nachhaltigkeitsdefiziten in China und der Tschechischen Republik durch. Dabei wurden mehr als 120 Mitarbeiter unserer Lieferanten zum Thema Nachhaltigkeit, mit Fokus auf Sozialstandards, qualifiziert. Ein weiterer Schwerpunkt lag in der Sensibilisierung von 17 BMW Group Logistikdienstleistern bei einer branchenweiten Veranstaltung in Berlin. Zudem führten wir im Juni eine zweitägige Basis-schulung zu Nachhaltigkeit im Rahmen der Supplier Training Days in Mexico City durch.

In Shanghai/CN nutzten wir im Januar 2016 das branchenweite Event „Automotive Supply Chain Forum – Enhancing Sustainability through OEM – Supplier Collaboration“, um das Topmanagement und operativ tätige Mitarbeiter von 33 unserer Lieferanten vor Ort zu spezifischen Anforderungen der BMW Group zu schulen.

Transparenz steigern und Risiken minimieren

Die wichtigste Maßnahme zur Sicherstellung unseres Nachhaltigkeitsstandards in den Lieferketten ist unser Nachhaltigkeits-Risikomanagement. Es besteht aus den folgenden drei Stufen →.

→ Siehe
Grafik 3.01

Risikomanagementprozess der BMW Group

→ G3.01

1. RISIKEN IDENTIFIZIEREN

Identifikation von potenziellen Risikolieferanten-Standorten mithilfe des Risikofilters

Identifikation und Analyse potenzieller Risikolieferanten durch Media-Screening

2. SELBSTAUSKUNFT EINHOLEN

Selbstauskunfts-/Nachhaltigkeitsfragebogen

Lieferantenspezifischer korrektiver Maßnahmenplan, basierend auf der Selbstauskunft

3. ASSESSMENTS UND AUDITS DURCHFÜHREN

Nachhaltigkeitsaudit, durchgeführt von externen Auditoren

Audit- und Assessment-basierter korrektiver Maßnahmenplan

Nachhaltigkeits-Assessment, durchgeführt von Mitarbeitern der BMW Group

1. Risiken identifizieren

Zur Identifikation von Risiken wenden wir einen BMW Group spezifischen Nachhaltigkeits-Risikofilter an. Dieser Filter berücksichtigt sowohl regionale als auch produktspezifische Risiken. Dabei handelt es sich zum Beispiel um länderspezifische soziale Risiken wie Kinder- oder Zwangsarbeit. Wir berücksichtigen aber auch Gesundheitsrisiken durch gefährliche Prozessmaterialien und Inhaltsstoffe sowie ökologische Risiken wie schädliche Eingriffe in die Natur und Emissionen.

2. Selbstauskunft einholen

Jeder Fertigungs- und Auslieferstandort des Lieferanten muss vor der Nominierung in einem branchenspezifischen Nachhaltigkeitsfragebogen Auskunft zur Umsetzung von Umwelt-, Sozial- und Governance-Standards geben. Informationen werden unter anderem zur Einhaltung von Menschenrechten und zum Verbot von Zwangs- oder Pflichtarbeit, zu ressourcenschonender Materialverwendung sowie zum Vorhandensein eines Umweltmanagementsystems gemäß ISO 14001 oder EMAS eingeholt. → GRI G4-EN32, GRI G4-LA14, GRI G4-HR10, GRI G4-S09 Diese und weitere Aspekte → sind relevante Kriterien für die Vergabeentscheidung.

→ Siehe
Infobox
auf Seite 74

Insgesamt wurden 2016 5.616 nominierte, aktive und potenzielle Lieferanten mithilfe des Fragebogens überprüft. Dies umfasste 89 % (2015: 86 %) der neuen Lieferanten für produktionsbezogenes Material mit einem Vergabevolumen über 2 Mio. € der BMW AG sowie 96 % (2015: 91 %) der neuen Lieferanten für nicht produktionsbezogenes Material mit einem Vergabevolumen über 5 Mio. € der BMW AG. → GRI G4-EN32, GRI G4-LA14, GRI G4-HR10, GRI G4-S09

Durch die Verankerung der Nachhaltigkeitsanforderungen im Vergabeprozess haben bereits mehrere unserer Lieferanten entscheidende Maßnahmen ergriffen, um das Thema Nachhaltigkeit im Unternehmen organisatorisch sowie prozessual besser zu verankern. Konkrete Maßnahmen wie eine flächendeckende Umstellung auf regenerative Energien wurden ebenfalls initiiert →.

→ Siehe
Kapitel 3.2

Wenn durch den Fragebogen ein niedriges Nachhaltigkeitsniveau beim Lieferanten ermittelt wird, kommunizieren wir branchenweite Empfehlungen an den Lieferanten. Um die Nominierungsfähigkeit eines solchen Lieferanten für den Vergabeprozess sicherzustellen, fordert der Einkäufer der BMW AG die Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen bis spätestens zum Produktionsstart ein. Falls erforderlich, ergänzen wir die Lieferverträge um korrektive Maßnahmenpläne und verbindliche Regeln, wie zum Beispiel die Zertifizierung des Arbeitsschutz-Managementsystems. So stellen wir sicher, dass bis zum Beginn der Leistungserbringung alle Nachhaltigkeitsanforderungen erfüllt sind.

Nachhaltigkeit im Vergabeprozess: Mindestanforderungen für Lieferanten

Durch die Einbindung von Nachhaltigkeitskriterien in den Vergabeprozess sensibilisieren wir das Topmanagement der Lieferanten und stoßen den Entwicklungsprozess zur Implementierung von Nachhaltigkeitsstrategien und -programmen bei Lieferanten an. So weiten wir die Nachhaltigkeitsansätze der BMW Group auf die Lieferkette aus. Wir erwarten von unseren Lieferanten, dass sie die folgenden Mindestanforderungen erfüllen:

Zudem haben wir zusätzliche BMW Group spezifische Kriterien festgelegt, zu deren Erfüllung wir alle Lieferanten anhalten. Für ausgewählte Projekte, wie zum Beispiel die Produktion der BMW i Serie, sind auch diese Anforderungen verbindlich. → GRI G4-EN32, GRI G4-LA14, GRI G4-HR10, GRI G4-S09



3. Assessments und Audits durchführen

Ausgewählte Lieferantenstandorte, bei denen mithilfe des Nachhaltigkeits-Risikofilters, des Media-Screenings und/oder des Nachhaltigkeitsfragebogens ein erhöhtes Risiko für Nachhaltigkeitsverstöße festgestellt wurde, werden mittels unabhängiger Nachhaltigkeitsaudits oder Nachhaltigkeits-Assessments der BMW Group überprüft und qualifiziert. Die Nachhaltigkeitsaudits erfolgen durch externe Auditoren, während die Nachhaltigkeits-Assessments durch Mitarbeiter der BMW Group durchgeführt werden. Im Jahr 2016 wurden 15 Audits (2015: 11) und 28 (2015: 2) Assessments durchgeführt. Die Nachhaltigkeits-Assessments werden seit Ende 2015 durchgeführt. Wesentliche, durch Audits und Assessments identifizierte Handlungsfelder bestanden dabei insbesondere in den Bereichen Gefahrstoffmanagement, Abfallmanagement und allgemeine Arbeitsbedingungen.

Zeigt ein Audit oder Assessment Verstöße oder Verbesserungspotenziale auf, so entwickeln wir in Zusammenarbeit mit dem Lieferanten einen korrektiven Maßnahmenplan und unterstützen ihn, soweit möglich, bei der Umsetzung, die bis spätestens zum Produktionsstart erfolgen muss. Sofern ein Lieferant nicht kooperiert oder gegen eine wesentliche Nachhaltigkeitsbestimmung der BMW Group verstößt, kann dies zur Nichtbeauftragung oder Beendigung der Geschäftsbeziehung führen. Unser Ziel ist jedoch, den Großteil der Risiken durch die ersten beiden Stufen zu ermitteln, zu managen und Lieferanten zudem gezielt bei der Steigerung ihrer Nachhaltigkeitsleistung zu unterstützen.

Im Berichtszeitraum haben unsere Mitarbeiter aus dem operativen Einkauf bei 5.616 potenziellen und bestehenden produktionsbezogenen Lieferantenstandorten und relevanten Unterlieferantenstandorten den Prozess zur Identifizierung und Bewertung von Nachhaltigkeitsrisiken eingeleitet (2015: 1.900). Bei 3.368 potenziellen und bestehenden Lieferantenstandorten wurden Nachhaltigkeitsdefizite identifiziert und für 2.353 (2015: rund 400) wurden korrektive Maßnahmen zur Behebung der Nachhaltigkeitsdefizite festgelegt. Die wichtigsten korrektiven Maßnahmen aus Sicht der Kriterien des → **UN Global Compact** bezogen sich auf die Umsetzung der folgenden Aspekte:

- Umweltmanagementsystem
- Unternehmenspolitik, die die Grundsätze in Bezug auf Kollektivverhandlungen, Vereinigungsfreiheit und/oder Bestechung verdeutlicht
- Umweltpolitik, die den Umgang mit eingeschränkt nutzbaren Substanzen und Chemikalien abdeckt

→ GRI G4-EN33, GRI G4-LA15, GRI G4-HR11, GRI G4-SO10

 Einführung

1

 Strategie

2

 Produkte
und Dienstleistungen

3

 Produktion
und Wertschöpfung

3.1 Ressourcenverbrauch

3.2 Erneuerbare Energien

 → 3.3 Nachhaltige,
ressourceneffiziente
Lieferkette

4

 Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

 Fundamente

 Weiterführende Kennzahlen

 GRI G4 Content Index

 Anhang

779 Lieferantenstandorte hatten die korrektiven Maßnahmen bis Jahresende 2016 umgesetzt. Die Bestätigung zur Umsetzung der korrektiven Maßnahmen durch den Lieferanten ist Voraussetzung für die Beauftragung. 650 Lieferantenstandorte wurden nicht beauftragt, da sie unter anderem die Nachhaltigkeitsanforderungen der BMW Group nicht erfüllt haben. Wir haben jedoch keine bereits bestehende Zusammenarbeit beendet. Dies werten wir als Bestätigung für unseren Risikomanagementansatz, Nachhaltigkeitsanforderungen frühzeitig im Beschaffungsprozess zu adressieren und einzufordern. → GRI G4-EN33, GRI G4-LA15, GRI G4-HR11, GRI G4-SO10

Auf Hinweise zu möglichen Verstößen gegen unsere Grundsätze zur Nachhaltigkeit reagiert das Supply Chain Response Team, das fallspezifisch aus je einem Vertreter des operativen und strategischen Einkaufs, der Konzernstrategie (Fachexperte Nachhaltigkeit), der Konzernkommunikation sowie des Betriebsrats besteht. Im Jahr 2016 ging das Supply Chain Response Team drei Hinweisen zu möglichen Nachhaltigkeitsverstößen nach. Diese bezogen sich auf die Nichteinhaltung der Vereinigungsfreiheit, Kinderarbeit sowie unangemessenen Umgang mit Tieren. Die Fälle werden derzeit noch geprüft und bearbeitet.

→ GRI G4-EN33, GRI G4-LA15, GRI G4-HR11, GRI G4-SO10

Ressourceneffizienz verbessern

Neben unserem Nachhaltigkeits-Risikomanagement wenden wir das Supply Chain Programm des → **CDP** an, um Ressourceneffizienz und Transparenz in der Lieferkette zu steigern.

Seit 2014 beteiligen wir uns am Supply Chain Programm des CDP. Unser Ziel, bis 2016 unser produktionsbezogenes Einkaufsvolumen deutlich über 50 % mit dem CDP-Reporting unserer Lieferanten abzudecken, haben wir mit einer Abdeckung von 69 % des Einkaufsvolumens bereits erreicht. Für die kommenden Jahre legen wir den Fokus auf eine Stabilisierung des teilnehmenden Lieferantenzirkels, die Steigerung der Transparenz und die Umsetzung von Maßnahmen zur Emissionsreduzierung.

Im Rahmen von CDP berichten die teilnehmenden Lieferanten den erreichten CO₂-Status und gegebenenfalls den Wasserverbrauchsstatus der jeweiligen Berichtsperiode. Der Supply Chain Report beantwortet eine Vielzahl von qualitativen und quantitativen Fragen: von Zielen und Initiativen über das Risikomanagement bis zur Integration in die Unternehmensstrategie, von CO₂-Emissionen bis zum Anteil regenerativer Energien. Vollständigkeit und Inhalt der Antworten spiegeln sich in einer Gesamtbewertung wider. Die Ergebnisse fließen in die Einkaufsstrategien der Fachstellen ein und werden den wichtigsten Lieferanten im Rahmen der jährlichen Lieferantentwicklungsgespräche als Wettbewerbsvergleich zurückgespiegelt. Bei diesen Gesprächen besprechen wir Handlungsbedarfe mit dem Topmanagement unserer Lieferanten und vereinbaren konkrete Verbesserungsmaßnahmen. Im Berichtsjahr gehörten dazu die weitere Transparenzsteigerung, besonders im Bereich indirekter Emissionen, und, wo diese bereits erreicht ist, Maßnahmen zur Emissionsreduzierung, zum Beispiel durch eine Erhöhung des Anteils regenerativer Energien.



Ressourcenschonende 40-Tonner: Die Elektro-LKW, die für die BMW Group die Werke anfahren, produzieren im Vergleich zu einem Laster mit Dieselmotor 21 Tonnen weniger CO₂ pro Jahr.

Von den 2016 am CDP teilnehmenden 163 Lieferanten der BMW Group (2015: 99) haben 83 % (2015: 84 %) Maßnahmen gegen den Klimawandel in ihre Unternehmensstrategie integriert und 68 % (2015: 64 %) setzten sich hierfür auch konkrete Ziele. 81 % (2015: 80 %) der teilnehmenden Lieferanten berichteten bereits Emissionssenkungen für einzelne Projekte und 45 % (2015: 35 %) konnten sogar ihre Gesamt-CO₂-Emissionen konstant halten oder absenken. Für 2016 wurden Einsparungen von rund 36 Mio. t CO₂-Äquivalenten aus dem Lieferantennetzwerk an uns berichtet (2015: 35 Mio. t). Diese waren hauptsächlich einer Erhöhung der Energieeffizienz in Fertigungsprozessen und Transportoptimierungen zu verdanken.

Die zunehmende Zahl von Lieferanten im CDP und die positiven Ergebnisse, die bisher erreicht werden konnten, werten wir als Hinweis darauf, dass unsere Bemühungen zur Steigerung der Transparenz und Ressourceneffizienz in der Lieferkette wirksam sind.

Rohstoffe nachhaltig gewinnen und einkaufen

Aufgrund der zwischengeschalteten Handels- und Verarbeitungsstufen und des Rohstoffhandels an der Börse ist es sowohl für uns als auch für unsere Lieferanten eine große Herausforderung, Nachhaltigkeitsstandards bereits beim Rohstoffabbau durchzusetzen.

Der BMW Group Nachhaltigkeitsstandard für das Lieferantennetzwerk verpflichtet unsere Lieferanten dazu, die Einhaltung unserer Nachhaltigkeitsanforderungen auch bei ihren eigenen Zulieferern sicherzustellen. Darüber hinaus ist unsere Einflussmöglichkeit bei den Sublieferanten in Anbetracht der Vielzahl von globalen Zulieferern jedoch begrenzt.

Besonders kritische Rohstoffe haben wir in unserer Materialstrategie identifiziert. Dafür analysieren wir den jeweiligen Handlungsbedarf und leiten das Vorgehen sowie konkrete Maßnahmen für die gemeinsame Umsetzung mit unserem Lieferantennetzwerk ab.

Stahl gehört, was Menge und Kosten betrifft, zu den Hauptrohstoffen in der Produktion der BMW Group. Aufgrund dieser besonderen Relevanz haben wir uns das Ziel gesetzt, die Transparenz in Stahllieferketten schrittweise zu erhöhen. Hierfür haben wir im Rahmen einer Studie pilothaft Lieferketten von der Mine bis zum Stahlprodukt untersucht und unter anderem den CO₂-Fußabdruck der Lieferanten ermittelt. Das Ergebnis zeigte, dass der CO₂-Fußabdruck einzelner BMW Group Lieferanten je Tonne Stahl wesentlich geringer ist als die bisher bekannten und genutzten Industriedurchschnittswerte.

Auch Aluminium ist ein Hauptrohstoff der BMW Group. Neben der Erhöhung des Anteils von Sekundäraluminium setzen wir uns dafür ein, einen Zertifizierungsstandard für Aluminium entlang der Wertschöpfungskette zu etablieren. Dazu ist die BMW Group als Gründungsmitglied sowohl im Vorstand als auch im Normenausschuss der → **Aluminium Stewardship Initiative (ASI)** aktiv. 2016 wurden unter anderem die notwendigen Governance-Strukturen der ASI

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

3.1 Ressourcenverbrauch

3.2 Erneuerbare Energien

→ 3.3 Nachhaltige,
ressourceneffiziente
Lieferkette

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

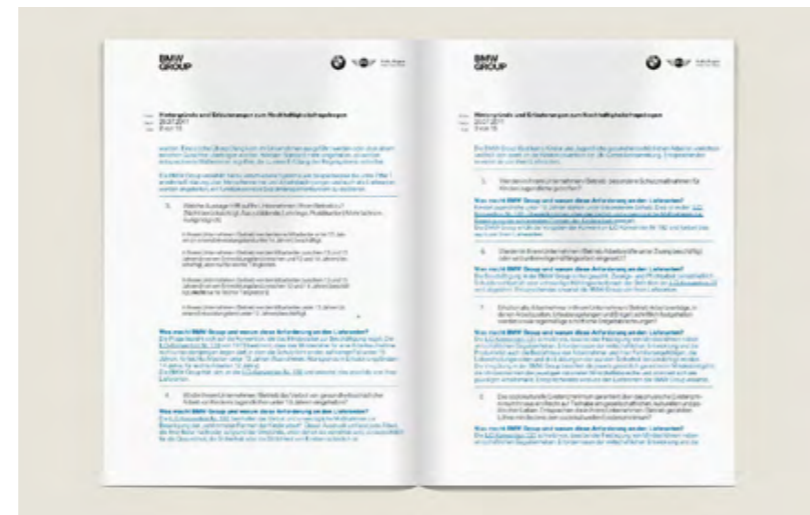
Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Anhang

als eigenständige Institution aufgebaut, die Mitgliederbasis wurde stark vergrößert und eine öffentliche Konsultation zum Rückverfolgbarkeitsprotokoll, dem sogenannten Chain of Custody Standard, durchgeführt.

Ein weiterer relevanter Rohstoff ist Kobalt, das unter anderem in Batterien eingesetzt wird. Wir sind uns der Risiken beim Abbau von Kobalt bewusst und erhalten hierzu viele Anfragen von Interessengruppen. Um die Beachtung von Menschenrechten und Sorgfaltsprozessen sicherzustellen, sind wir in kontinuierlichem Kontakt mit unseren Lieferanten. Seit einigen Jahren fordern wir von unseren Lieferanten, dass sie die Herkunft dieses Rohstoffes offenlegen. Da es sich bei Kobalt um einen Rohstoff mit hohen Risiken im Bereich der Menschenrechte handelt, arbeiten wir zusätzlich daran, eine transparente Lieferkette zu etablieren. Von einzelnen Unternehmen allein können die Menschenrechtsrisiken des Kobaltabbaus nicht verringert werden. Daher haben wir einen Austausch mit Lieferanten, anderen Unternehmen sowie Vertretern der Zivilgesellschaft initiiert und im November 2016 in Kooperation mit CSR Europe einen Round Table zum Thema Kobalt organisiert.



Seit 2009 muss jeder Lieferant einen Nachhaltigkeitsfragebogen ausfüllen, bevor er von der BMW Group einen neuen Auftrag erhält.

Wir haben wichtige Akteure eingeladen, mit uns mögliche weitere Schritte zu diskutieren und praktische Ansätze zu finden. Darüber hinaus beteiligen wir uns aktiv an der Responsible Cobalt Initiative (RCI). Gleichzeitig haben wir gemeinsam mit anderen Unternehmen eine wissenschaftliche Studie in Auftrag gegeben, in deren Rahmen die Haushalte, Minenarbeiter sowie andere beteiligte Akteure in der Demokratischen Republik Kongo befragt werden. Ziel ist es, die Hintergründe der aktuellen Situation besser zu verstehen, um geeignete Maßnahmen ableiten zu können.

In der Lieferkette der Naturfaser Kenaf, die für die Innenausstattung des BMW i3 verwendet wird, arbeiten wir in Bangladesch gemeinsam mit unserem Lieferanten, der DRÄXLMAIER Group, daran, die nachhaltige Herstellung sicherzustellen. Das Programm beinhaltet Trainingsaktivitäten für Landwirte, um die Effizienz im Anbau und die Faserqualität zu steigern. 960 Landwirte haben bisher an diesen Aktivitäten teilgenommen. Zudem ist der Aufbau einer transparenteren und schlankeren Lieferkette sowie die Umsetzung von Maßnahmen zur Steigerung der Nachhaltigkeit in der Lieferkette Teil des Programms.

Im Rahmen des Nachhaltigkeitsfragebogens werden alle unsere Lieferanten systematisch zu Konfliktmineralien abgefragt und aufgefordert, ihren Status bezüglich Konfliktfreiheit zurückzumelden. Auf diese Weise fließen Nachhaltigkeitskriterien in Bezug auf den Rohstoffabbau in unseren Lieferantenauswahlprozess ein. So arbeiten wir kontinuierlich an der Verbesserung der Transparenz, um eine weitreichende Konfliktfreiheit in den Lieferketten sicherzustellen.

Bei der Auswahl von Materialien für unsere zukünftige Fahrzeugproduktion setzen wir schrittweise unsere neue Materialstrategie um. Bereits ab 2017 wird es neue Vorgaben der BMW Group für Lieferanten zur Lieferkettentransparenz geben. Ziel ist es insbesondere, für kritische Lieferketten die Nachverfolgung bis zu relevanten Unterlieferanten herzustellen. Mit diesem Einbezug der Unterlieferanten streben wir an, die Transparenz in unserer Lieferkette in den nächsten Jahren nochmals deutlich zu steigern.

Zudem werden die Steigerung der Energieeffizienz und die Erhöhung des Anteils von erneuerbaren Energien in den Lieferketten zur Verminderung von CO₂-Emissionen beitragen. Die Mitgliedschaft bei CDP ermöglichte es uns, ein CO₂-Scoring unserer Lieferanten in die Lieferantenstrategie unseres Einkaufs zu integrieren. Derzeit arbeiten wir an einem gemeinsamen Vorgehen mit CDP innerhalb der Automobilindustrie, um diesen Ansatz zu stärken.



Kenaf aus Bangladesch.

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

→ **Mitarbeiter
und Gesellschaft**

4.1 Gesundheit
und Leistungsfähigkeit

4.2 Langfristige
Mitarbeiterentwicklung

4.3 Vielfalt

4.4 Interkulturelle
Verständigung

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Anhang

MITARBEITER UND GESELLSCHAFT

4

MATTHEW HODES

UN-Direktor
für die Alliance of Civilizations



Welchen Herausforderungen muss sich heutzutage ein global agierendes Unternehmen stellen, das über verschiedene Kulturen hinweg tätig ist?

Jedes auf globaler Ebene tätige Unternehmen muss sich der Herausforderung der Ausgewogenheit stellen. Kulturelle Normen beeinflussen Kunden und Mitarbeiter. Es ist ein ständiger Lernprozess für die erfolgreichsten globalen Unternehmen, die Schlüsselwerte des Unternehmens mit den Werten der Gesellschaft, in der es tätig ist, in Einklang zu bringen. Eine Integration dieser Werte führt tatsächlich zum Erfolg.

Was muss ein Unternehmen Ihrer Meinung nach tun, um seine interne kulturelle Vielfalt zu fördern?

Kulturelle Vielfalt ist ein Schlüsselwert. Mehr Inklusion wirkt sich für ein expandierendes Unternehmen positiv auf die mögliche Anzahl der vielversprechenden potenziellen Mitarbeiter aus, die es erreichen kann. Die gesellschaftlichen Auswirkungen sind ebenfalls positiv, da die Möglichkeiten derjenigen, die sonst vielleicht zurückbleiben würden, verbessert werden. Dieser Schlüsselwert muss sich in den Einstellungs-, Beförderungs- und Mitarbeiterbindungsprozessen widerspiegeln.

Wie kann der private Sektor zur Umsetzung der Ziele der Vereinten Nationen zur nachhaltigen Entwicklung beitragen?

Die sogenannten Sustainable Development Goals sind ein weltweiter Aufruf zur Beendigung der Armut, zum Schutz des Planeten und dazu, sicherzustellen, dass alle Menschen in Frieden und Wohlstand leben können. Sie stehen für einen gemeinsamen Plan, die wichtigsten Probleme der

Welt anzugehen. Sie zeigen den Weg zu friedlichen, integrativen Gesellschaften, die wiederum die beste Basis für Geschäfte sind. Die Vereinten Nationen sind sich bewusst, dass sie ihre Bemühungen mit der freiwilligen Unterstützung des privaten Sektors koppeln müssen. Initiativen wie der Business Call to Action und der UN Global Compact bieten eine direkte Verbindung zwischen dem privaten Sektor und den Vereinten Nationen. Der öffentliche Sektor kann strategische Ziele und Vorgaben zur Messung des Erfolgs solcher Ziele entwickeln, aber diese nicht ohne eine umfassendere Partnerschaft erreichen. Der private Sektor hat die Möglichkeit, Innovationen zu nutzen, Effizienz zu steigern und Technologien schnell zu verbessern, um diese Ziele zu erreichen. Die Kernaussage der Corporate Social Responsibility ist es, Gutes zu tun und dabei erfolgreich zu sein.

Wie beurteilen Sie die Vorgehensweise der BMW Group, was die Nachhaltigkeit betrifft?

Die BMW Group geht sehr konsequent vor und befasst sich nicht nur mit den Produkten, die sie herstellt, sondern auch mit der Art, wie diese hergestellt werden. Mehr Elektrofahrzeuge, die gesteigerte Nutzung von erneuerbaren Energien und die Reduktion der während der Herstellung entstehenden Schadstoffe sind die Schlüsselemente der Nachhaltigkeit. Die BMW Group hat auch erkannt, dass kulturelle Vielfalt Teil dieser Gleichung ist. Dieses Konzept spiegelt sich in ihrer Personalpolitik und ihrer Unterstützung der interkulturellen Verständigung durch den Intercultural Innovation Award in Zusammenarbeit mit der UN-Allianz der Zivilisationen (UNAOC) wider.

ANSATZ DER BMW GROUP

Das weltweit steigende Durchschnittsalter der Bevölkerung, tief greifende Veränderungen der Arbeitswelt aufgrund von Digitalisierung und Automatisierung sowie eine zunehmende Diversität der Mitarbeiter erfordern Weitsicht und Flexibilität. Als Unternehmen, das in mehr als 150 Ländern aktiv ist, stellt sich die BMW Group auf diese Entwicklungen weltweit ein. Wir möchten unseren Mitarbeitern die nötigen Kompetenzen vermitteln sowie Flexibilität und geeignete Perspektiven bieten, um diesen Trends erfolgreich begegnen zu können. Deshalb bieten wir individuelle Maßnahmen für Mitarbeiter im Laufe ihrer gesamten Erwerbsbiografie. Außerdem fördern wir Talente und Potenziale in ihrer Vielfalt und schaffen damit heute die Voraussetzungen für unseren Erfolg von morgen.

KENNZAHLEN UND FAKTEN

Mitarbeiter der BMW Group am
Jahresende Anzahl

124.729

↗ 2016

122.244

2015

Frauenanteil in Führungspositionen
der BMW Group in %

15,3

↗ 2016

14,5

2015

Höhe der Ausgaben für gesell-
schaftliches Engagement in Tsd. €

87.837

↗ 2016

39.109

2015

Fluktuationsquote der BMW AG
in % vom Personalstand

2,70

↗ 2016

2,08

2015

Spendenausgaben der BMW Group
in Tsd. €

70.356

↗ 2016

17.066

2015



→ GESUNDHEIT UND LEISTUNGSFÄHIGKEIT

Die BMW Group fördert die Eigenverantwortung und gestaltet das Arbeitsumfeld zum Erhalt der langfristigen Gesundheit und der Leistungsfähigkeit ihrer Mitarbeiter.

4.1 GESUNDHEIT UND LEISTUNGSFÄHIGKEIT

In einer Gesellschaft, deren Durchschnittsalter steigt, können wir auf lange Sicht nur erfolgreich sein, wenn wir unsere Mitarbeiter dabei unterstützen, gesund zu bleiben. Der Erhalt der Gesundheit und Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter ist für uns ein zentraler Aspekt. Unser Arbeits- und Gesundheitsschutz beinhaltet deshalb ein ganzheitliches Gesundheitsmanagement mit einem breiten Angebot der Betriebsgastronomie, ein integriertes Management von Arbeitssicherheit und Ergonomie sowie alternsgerechte Arbeitssysteme.

Durch unsere Maßnahmen vermeiden wir Unfälle, reduzieren Fehltage und senken krankheitsbedingte Kosten. Damit tragen wir zu einem wettbewerbsfähigen Personalaufwand der BMW Group bei, da Abwesenheit reduziert wird und Mitarbeiter motivierter arbeiten. Darüber hinaus zahlt sich unsere Gesundheitsförderung zusätzlich aus – in mehr Kreativität und Innovation sowie höherer Produktivität. Unser Erfolg zeigt sich bei der durch Krankheit verursachten Abwesenheitsquote, die im vergangenen Jahr wieder unter dem Branchendurchschnitt lag.

Gesundheit und Leistungsfähigkeit ganzheitlich fördern

Wir fördern die Gesundheit und Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter ganzheitlich mit der „Initiative Gesundheit“. Das Spektrum dieser Initiative zur Stärkung des Gesundheitsbewusstseins reicht von Gesundheitsuntersuchungen über themenspezifische Angebote wie Physiotherapie, Ernährungsberatung und Entspannungsübungen bis hin zu Dialogveranstaltungen und Führungskräftequalifizierungen.

Im Rahmen dessen bieten wir ein umfangreiches Vorsorge- und Rehabilitationsprogramm an. Dazu gehören Fitnesskurse und andere sportliche Aktivitäten ebenso wie Seminare zu Ernährung, Arbeitsschutz und Ergonomie oder Stressmanagement. Die aktuellen internationalen Kampagnen „Gesund trinken“, „Sicheres Gehen“ und „Mentale Widerstandsfähigkeit“ machen die Mitarbeiter auf kleine Veränderungsmöglichkeiten im Alltag aufmerksam. Aktionstage informieren regelmäßig über wichtige Themen wie Resilienz, Krebsvorsorge oder Suchtgefahren. Sie sollen Mitarbeiter und Führungskräfte dazu motivieren, selbst aktiv zu werden.

Gesundheitsmanagement 2020: Selbstverantwortung individuell fördern

Das Programm „Gesundheitsmanagement 2020“ ist ein ganzheitlicher, international ausgerichteter Ansatz zur Förderung der langfristigen Gesundheit und Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter über die gesamte Erwerbsbiografie hinweg.

Das Programm folgt einem Zyklus aus vier Teilschritten:

1. Aufbau von Wissen über Gesundheit, zum Beispiel durch Informationen, Vorträge, Seminare oder Trainings
2. Feststellung des Gesundheitszustands mittels Fragebogen und durch eine umfangreiche medizinische Untersuchung

3. Ableitung und Entwicklung von bedarfsorientierten Maßnahmen, sowohl individuell (auf der Basis der persönlichen Gesundheitsberichte und unterstützt durch die angebotenen ärztlichen Beratungsgespräche) als auch übergreifend auf der Grundlage von Abteilungsberichten

4. Evaluation der Veränderungen im Gesundheitszustand durch eine erneute Untersuchung

Seit Beginn des Programms „Gesundheitsmanagement 2020“ im Jahr 2014 konnten bislang über 47.000 Mitarbeiter der BMW Group eingebunden werden, davon über 15.000 allein im Jahr 2016. Dies entspricht rund 42 % beziehungsweise 13 % der Stammbeslegschaft weltweit. Allen Teilnehmern wurde ein persönlicher Gesundheitsbericht ausgehändigt. Der Mitarbeiter erhält auf diese Weise eine leicht verständliche Darstellung seiner medizinischen und arbeitsbezogenen Parameter. Im anschließenden ärztlichen Beratungsgespräch können bedarfsorientierte individuelle Präventionsmaßnahmen abgeleitet werden.

Auf Abteilungsebene wurden im Jahr 2016 etwa 200 Berichte erstellt, die verschiedene Stärken und Verbesserungsmaßnahmen zu relevanten Gesundheits- und Arbeitsumfeldaspekten identifiziert haben. Diese Maßnahmen reichen von der gezielten Verbesserung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf bis hin zu ergonomischen Verbesserungen. Das Programm trägt so dazu bei, die Eigenverantwortung des Einzelnen zu stärken und darüber hinaus das Arbeitsumfeld gesundheitsgerecht zu gestalten. Im Jahr 2017 werden die ersten Abteilungen den Zyklus der Evaluation vollständig durchlaufen haben. Mithilfe der Ergebnisse werden wir die Wirkung des Programms umfassend auswerten.

Umgang mit neuen Technologien

Neue Technologien und die zunehmende Automatisierung stellen das Unternehmen im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz vor neue Herausforderungen. So setzt sich die BMW Group intensiv mit Mensch-Maschine-Kollaboration auseinander. Im Jahr 2016 hat sich die BMW Group damit beschäftigt, den sicheren Betrieb von autonomen Routenzügen zu ermöglichen. Dabei haben wir sowohl mit den Fachleuten der Berufsgenossenschaft als auch mit den Herstellern kooperiert. Nach Pilotanwendungen in Dingolfing, Regensburg und Leipzig kann nun im kommenden Jahr der produktive Einsatz an weiteren Standorten der BMW Group erfolgen.

Gesundheit und Sicherheit integriert managen

Aktuell verfügen 28 unserer 31 Produktionsstandorte über zertifizierte Gesundheits- und Arbeitsschutz-Management-Systeme nach OHRIS (Occupational Health- and Risk-Managementssystem) oder OHSAS (Occupational Health and Safety Assessment Series). Es ist geplant, das gerade entstehende Werk in Mexiko bis 2020 nach OHSAS 18001 zu zertifizieren.

Zudem arbeiten an fast allen Standorten der BMW Group aktive Arbeitsschutzausschüsse mit Vertretungen der Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite, insbesondere Betriebsräten, an der stetigen Verbesserung der Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz. → GRIG4-LA8 Der Anteil an Arbeitnehmern, die in den Arbeitsschutzausschüssen durch Gewerkschaftsvertreter (Betriebsräte) repräsentiert sind, beträgt 90 %. Dieser Wert berücksichtigt auch Zeitarbeitskräfte, Praktikanten, Diplomanden und Doktoranden.

→ GRIG4-LA5

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft→ 4.1 Gesundheit
und Leistungsfähigkeit4.2 Langfristige
Mitarbeiterentwicklung

4.3 Vielfalt

4.4 Interkulturelle
Verständigung

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Anhang

Seit nunmehr elf Jahren hat es bei der BMW Group keinen tödlichen Betriebsunfall gegeben. → GRI G4-LA7 Wir haben uns 2011 zum Ziel gesetzt, die Unfallhäufigkeitsrate bis zum Jahr 2020 weltweit dauerhaft auf unter 4,5 Unfälle je 1 Mio. geleisteter Arbeitsstunden zu senken, eine Verbesserung um rund 50 % relativ zur Unfallhäufigkeitsrate im Jahr 2010. Dabei zählen wir alle Unfälle, die zu mindestens einem Ausfalltag geführt haben. Die Einführung von Arbeitsschutzmanagementsystemen, die kontinuierliche Verbesserung sicherheitstechnischer Bedingungen an den Arbeitsplätzen sowie gezielte Sicherheitsschulungen führten bereits 2015 dazu, dass wir diese Grenze unterschritten. Im Jahr 2016 haben wir den globalen Netzwerkaustausch in Workshops oder Fachkreisen und auf einer eigenen sozialen Plattform intensiviert, um einen stetigen Fortschritt im Arbeitsschutz sicherzustellen. Außerdem haben wir in Bezug auf die Messung der Unfallhäufigkeitsrate zum ersten Mal eine Abdeckungsquote von 100 % der BMW Group Mitarbeiter erreicht. Die Unfallhäufigkeitsrate der BMW Group lag bei 4,0 Unfällen je 1 Mio. geleisteter Arbeitsstunden →. Dies stellt bei gleichzeitiger Scope-Erweiterung eine wesentliche Verbesserung dar.

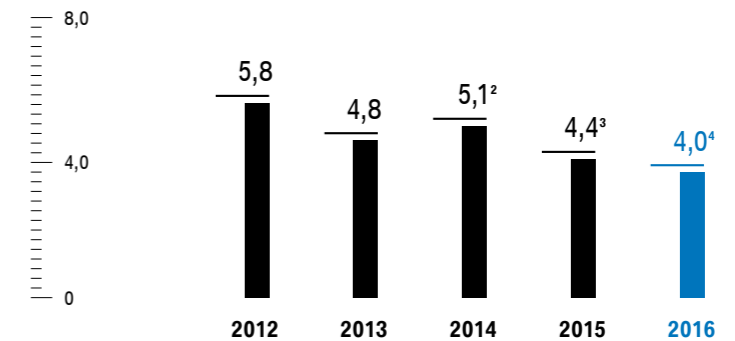
Im globalen Vergleich unterscheiden sich die Unfallhäufigkeitsraten. Die unterschiedlichen Unfallhäufigkeitswerte können anteilig durch unterschiedliche gesetzliche und versicherungsbezogene Vorgaben der jeweiligen Länder erklärt werden. Besonders in unseren Werken in Südamerika und Asien erreichten wir im letzten Jahr teilweise eine Quote von weniger als 2 Unfällen je 1 Mio. Arbeitsstunden. Hier arbeiteten beim Aufbau des Managementsystems Arbeitssicherheitsexperten des Standortes Hand in Hand mit den Kollegen aus dem Netzwerk der Arbeitssicherheit, um sicherzustellen, dass das vorhandene Wissen effektiv genutzt wird.

→ Siehe
Tabelle 4.01

Unfallhäufigkeitsrate der BMW Group¹

→ T4.01

in %



- ¹ Zahl der Betriebsunfälle mit mind. 1 Ausfalltag je 1 Mio. geleisteter Arbeitsstunden
² Zahl mit den Vorjahren nicht direkt vergleichbar aufgrund Scope-Erweiterung um die deutschen Niederlassungen. Ca. 88 % der BMW Group Mitarbeiter erfasst
³ Zahl nicht direkt mit dem Vorjahr vergleichbar aufgrund Scope-Erweiterung um die Werke in Brasilien, Thailand und Indien. Ca. 90 % der BMW Group Mitarbeiter erfasst
⁴ Scope-Erweiterung des Abdeckungsgrades auf 100 % der BMW Group Mitarbeiter

→ GRI G4-LA6

- 4.1 Gesundheit
und Leistungsfähigkeit
- 4.2 Langfristige
Mitarbeiterentwicklung
- 4.3 Vielfalt
- 4.4 Interkulturelle
Verständigung

SERA – Sicherheits- und Ergonomie- Risikoanalyse

Als globales Unternehmen sieht sich die BMW Group herausgefordert, viele verschiedene Anforderungen in Bezug auf die ergonomie- und sicherheitsrelevante Beurteilung von möglichen Gefährdungen am Arbeitsplatz zu beachten. Dieser Herausforderung sind wir 2016 mit der Einführung von SERA (Safety and Ergonomics Risk Assessment) begegnet. Das System löst die Anforderungs- und Belastbarkeitsanalyse ABATech sowie weitere bisher eingesetzte Methoden bei der BMW Group ab. Die Einführung von SERA vereinfacht die Vorgehensweise bei der Gefährdungs- und Belastungsbeurteilung in der Produktion, in produktionsnahen Bereichen, in der Entwicklung sowie in den Werkstätten der BMW Group und stellt damit eine übergreifende Lösung dar. Auf einer für das Tablet optimierten Oberfläche sollen nach Auswahl des Arbeitsplatzes alle Arbeitsschritte einer Tätigkeit untersucht werden. Dabei erfasst und bewertet das System beispielsweise Kräfte, Körperhaltungen und Dauer der einzelnen Arbeitsschritte. Nach der Bewertung der Arbeitsplätze durch SERA berät die Fachstelle für Arbeitssicherheit und Ergonomie, wie zu hohe Belastungen durch eine Änderung der technischen Voraussetzungen, eine Veränderung des Arbeitsschrittes oder durch Mitarbeiterrotation minimiert werden können.

Im Jahr 2016 wurde SERA an fünf deutschen Standorten eingeführt. Schulungen im Umfang von 1,5 Tagen haben die Verantwortlichen mit dem neuen System vertraut gemacht. Schon jetzt wird der gesamte Entwicklungsprozess neuer Fahrzeuge mithilfe von SERA bewertet. Für 2017 ist die internationale Einführung geplant.

Altersgerechtes Arbeiten ermöglichen und Menschen mit Leistungseinschränkung unterstützen

Der demografische Wandel ist für die BMW Group eine Herausforderung, die wir aktiv angehen. In unserem Programm „Heute für Morgen“ entwickeln wir schon seit vielen Jahren konstruktive Antworten auf diesen Prozess. Es ist unser Ziel, flächendeckend ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem junge Mitarbeiter gesund altern und ältere Mitarbeiter ihre Stärken gezielt einbringen können. Die BMW Group spricht deshalb nicht von altersgerechten, sondern von altersgerechten Arbeitsbedingungen, die die Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter stärken.

Wir unternehmen in unseren Werken große Anstrengungen, um eine dauerhafte Beschäftigung von gesundheitlich eingeschränkten Mitarbeitern zu ermöglichen. Im vergangenen Jahr haben wir dafür unsere Strategie zur Integration von leistungsgewandelten Mitarbeitern für die BMW Group weiterentwickelt. Diese Mitarbeiter sind infolge einer Erkrankung oder eines Unfalls dauerhaft eingeschränkt. Die Schwerbehindertenquote der BMW AG betrug 2016 erneut 6,4% →.

→ Siehe
Tabelle 4.02

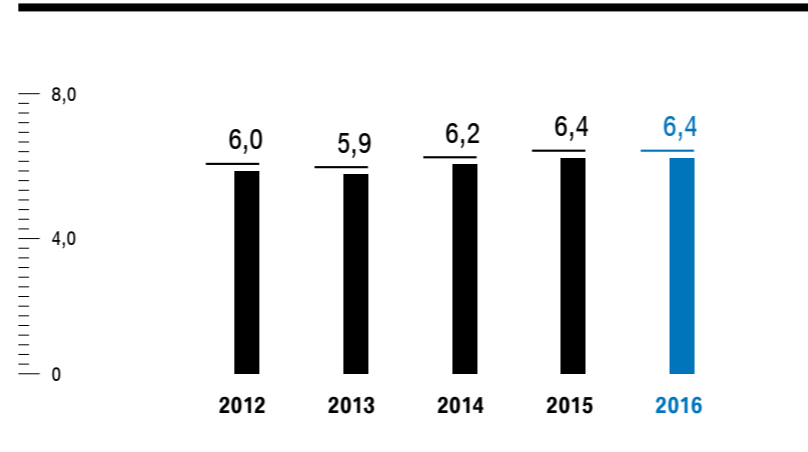


Die BMW Group versucht gesundheitlich eingeschränkten Mitarbeitern eine dauerhafte Beschäftigung zu ermöglichen und unterstützt sie u. a. mit einer Gehörlosenlernstatt.

Schwerbehindertenquote der BMW AG¹

→ T4.02

in %



¹ Die Quote der schwerbehinderten Mitarbeiter bezieht sich auf die gesetzlichen Anforderungen gemäß dem deutschen Sozialgesetzbuch (SGB IX). Darüber hinaus vergab die BMW Group in Deutschland im Jahr 2016 Aufträge an Schwerbehindertenwerkstätten in Höhe von ca. 35,6 Mio. €. Davon sind ca. 10,5 Mio. € nach dem Gesetz zur Ausgleichsabgabe anrechenbar. Die BMW Group trägt damit in hohem Maße zur Existenzsicherung der dort beschäftigten schwerbehinderten Menschen bei.

Ausblick

Aufgrund der positiven Erfahrungen werden wir 2017 das Programm „Gesundheitsmanagement 2020“ planmäßig international fortführen und evaluieren. Auch die im Rahmen der „Initiative Gesundheit“ 2015 und 2016 begonnenen Kampagnen setzen wir 2017 fort. Neue Kampagnen werden vorbereitet. Wir sind weiterhin herausgefordert, die unterschiedlichen Anforderungen und Standards in unseren Managementansatz zu integrieren. Auch künftig wird die gelebte Praxis der internationalen Zielvereinbarungen beibehalten und weiter optimiert. Die globale Einführung des Systems SERA im Jahr 2017 ist ein großer Schritt, um weltweit einen einheitlichen Sicherheits- und Präventionsstandard zu gewährleisten. Durch innovative Messtechniken wie Motion Capturing kann mithilfe der Digitalisierung das ergonomische Verhalten der Mitarbeiter gefördert werden. Die weitere Digitalisierung von Messungen und Messtechnik ist uns hierbei für die Zukunft ein großes Anliegen. Mensch-Maschine-Kollaboration wird in den kommenden Jahren zunehmen. Die Arbeitssicherheit steht vor der Herausforderung, diese neuen Prozesse technisch zu bewerten.



→ LANGFRISTIGE MITARBEITERENTWICKLUNG

Die BMW Group sichert die langfristige Mitarbeiterentwicklung, indem sie die richtigen Mitarbeiter findet, Talente bestmöglich einsetzt, Potenziale entwickelt und die Beschäftigungsfähigkeit sichert.



4.2 LANGFRISTIGE MITARBEITERENTWICKLUNG

Der Erfolg der BMW Group beruht auf dem Engagement und der fachlichen Qualifikation ihrer Mitarbeiter. Wir wollen die besten Mitarbeiter gewinnen und im Unternehmen halten. Deshalb bieten wir ihnen attraktive und sichere Arbeitsplätze, eine gute Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, umfassende Qualifizierungs- und Entwicklungsmöglichkeiten sowie langfristige Perspektiven.

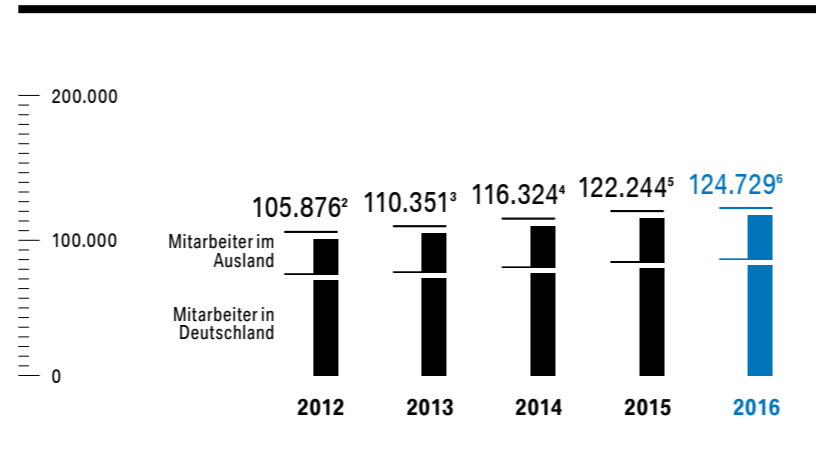
Aufgrund der hohen Nachfrage nach unseren Produkten und Dienstleistungen ist die Anzahl unserer Mitarbeiter bis Ende 2016 weltweit um 2,0% auf insgesamt 124.729 Mitarbeiter gestiegen →.

→ Siehe
Tabelle 4.03

Mitarbeiter der BMW Group am Jahresende¹

→ T 4.03

Anzahl Mitarbeiter



¹ Werte ohne ruhende Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeiter in Freizeitphase der Altersteilzeit, ohne Geringverdiener

² hiervon 35,2% taktgebundene Produktionsmitarbeiter der BMW Group

³ hiervon 35,1% taktgebundene Produktionsmitarbeiter der BMW Group

⁴ hiervon 36,1% taktgebundene Produktionsmitarbeiter der BMW Group

⁵ hiervon 36,3% taktgebundene Produktionsmitarbeiter der BMW Group

⁶ hiervon 35,4% taktgebundene Produktionsmitarbeiter der BMW Group

→ GRI G4-10

Der langfristige Erfolg der BMW Group hängt von zufriedenen und engagierten Mitarbeitern ab. Der Beschäftigungssicherheit kommt bei uns deshalb eine hohe Bedeutung zu. Wir vergüten überdurchschnittlich und geben unseren Mitarbeitern Gestaltungsspielräume, um Beruf und Privatleben gut miteinander zu vereinbaren. Darüber hinaus hat die Weiterbildung der Mitarbeiter bei der BMW Group einen hohen Stellenwert →. Sie ist eine wesentliche Voraussetzung dafür, mit den schnellen Entwicklungen in der Automobilindustrie Schritt zu halten. So sind im Zuge der Digitalisierung neue Kompetenzen, zum Beispiel im Bereich der künstlichen Intelligenz, Big Data Analytics oder Industrie 4.0, gefordert. Die BMW Group verfolgt daher konsequent das Prinzip des lebenslangen Lernens.

Als einer der weltweit attraktivsten Arbeitgeber besitzt die BMW Group einen entscheidenden Vorteil im Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte. Das belegen beispielsweise Studien zur Arbeitgeberattraktivität von trendence und Universum, bei denen wir auch 2016 wieder Spitzenplätze belegten.

Faire Vergütung und attraktive Sozialleistungen bieten

Für alle Gesellschaften der BMW Group gelten dieselben Grundsätze für Vergütung und Zusatzleistungen, unabhängig von Geschlecht, Konfession, Herkunft, Alter, Behinderung, sexueller Orientierung oder länderspezifischen Charakteristika. Sie sind verbunden mit der einheitlichen Vorgabe, dass das Gesamtvergütungspaket über dem Durchschnitt des relevanten Arbeitsmarktes liegt. Jährlich werden weltweit Vergütungsstudien durchgeführt mit dem Ziel, die aktuelle Marktpositionierung zu bestimmen und die Gesamtvergütung weiterhin marktadäquat auszurichten. Somit ist sichergestellt, dass jeder Mitarbeiter eine in dem für ihn relevanten Arbeitsmarkt marktgerechte Vergütung erhält. → GRI G4-LA13

Das Gesamtvergütungspaket setzt sich aus einem monatlichen Festgehalt, einer variablen erfolgsabhängigen Vergütungskomponente und einer Vielzahl von Zusatzleistungen wie zum Beispiel der betrieblichen Altersvorsorge zusammen. Dies ermöglicht eine faire Honorierung der persönlichen Leistung und steigert die Motivation der Mitarbeiter. Unsere Vergütungspolitik ist damit fester Bestandteil eines durchgängigen und transparenten Prozesses der Mitarbeiterförderung. → GRI G4-LA2 Für das Portal und die App zur betrieblichen Altersvorsorge wurde die BMW AG 2016 mit dem HR Excellence Award in der Kategorie Digitalisierung ausgezeichnet.

Um diese Transparenz nicht nur markt-, sondern auch geschlechtsspezifisch zu gewährleisten, hat die BMW Group einen mehrdimensionalen Monitoring-Prozess etabliert, der jeweils die Gehälter des Vorjahres analysiert. Dabei werden das Monatsgehalt von Männern und Frauen anhand der Dimensionen Voll- und Teilzeit, Entgeltgruppe und Alter verglichen. Für das Jahr 2015 wurde bei der Analyse im Jahr 2016 keine signifikante Abweichung des Grundgehalts zwischen Frauen und Männern festgestellt.

→ GRI G4-LA13

Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben unterstützen

Je nach Lebensphase, individuellem Lebensentwurf und Arbeitssituation unterscheiden sich die Arbeitszeitwünsche unserer Arbeitnehmer. Aus diesem Grund bietet die BMW Group eine Vielzahl flexibler Bausteine zur individuellen Gestaltung von Arbeitszeit und -ort an, um eine bestmögliche Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben zu ermöglichen.

Flexible Arbeitszeiten anbieten

Grundsätzlich können alle Mitarbeiter im Rahmen des Zeitkontos Einfluss auf ihre Arbeitszeit nehmen – seien es gleitende Arbeitszeiten im Angestelltenbereich oder zusätzliche freie Tage durch Schichttausch oder Zeitabbau im Produktionsbereich. Über die in einigen Ländern gesetzlich geregelten Arbeitszeitinstrumente wie Teilzeit, Elternzeit oder Pflegezeit hinaus bietet die BMW Group ihren Mitarbeitern mit den Instrumenten Sabbatical oder Vollzeit Select weitere attraktive Möglichkeiten für die individuelle Gestaltung ihrer Arbeitszeiten an. Ein Sabbatical kann weltweit vereinbart werden, und mit dem Arbeitszeitinstrument Vollzeit Select können Mitarbeiter in Deutschland und Österreich unbürokratisch 20 zusätzliche freie Tage im Jahr bei entsprechender Kürzung des Entgelts in Anspruch nehmen. Im Jahr 2016 ist die Nachfrage nach diesen Instrumenten weiter gestiegen →. Das Angebot flexibler Arbeitszeitinstrumente deckt damit einen realen Bedarf ab und wird kontinuierlich weiterentwickelt.

→ Siehe
Tabelle 4.04

Mobiles Arbeiten ermöglichen

Im Jahr 2015 haben mit gut 25.000 Mitarbeitern rund 50 % der Mitarbeiter außerhalb der direkten Produktionsbereiche mindestens einmal anteilige und/oder ganztägige Mobilarbeit genutzt. Dieser Wert wurde 2016 bereits im zweiten Quartal übertroffen →. Mobilarbeit bedeutet, bei gleichbleibendem Arbeitsvolumen die vorhandene Arbeitszeit flexibel aufzuteilen. So kann beispielsweise die Kinderbetreuung oder die Pflege von Angehörigen besser in den Arbeitsalltag integriert werden. Die Erreichbarkeit und die Nichterreichbarkeit vereinbaren Mitarbeiter und Führungskraft gemeinsam im Vorfeld. Außerhalb von abgestimmten Zeiten der Erreichbarkeit hat der Mitarbeiter das Recht, nicht erreichbar zu sein. Mobilarbeit steht in der BMW Group für Vertrauenskultur und setzt auf konstruktiven Dialog.

→ Siehe
Tabelle 4.04

Alternative Arbeitsformen in der BMW AG¹

→ T4.04

Anzahl Mitarbeiter	2012	2013	2014	2015	2016
Teilzeitkräfte	3.948	3.966	3.739	3.943	4.294
in % der Mitarbeiter	5,8	5,7	5,1	5,1	5,0
Mitarbeiter mit Mobilarbeit ³	15.235	18.094	22.297 ²	25.072	28.088
in % der Mitarbeiter	22,5	25,9	49,9	53,0	59,4
Anzahl Mitarbeiter, die Vollzeit Select nutzen	2.199	2.506	2.668	3.592	3.998
in % der Mitarbeiter ⁴	3,2	3,6	3,6	4,7	5,1
Sabbaticals	514	511	516	462	598
in % der Mitarbeiter	0,8	0,7	0,7	0,6	0,7
Elternzeit	1.674	1.968	2.271	2.535	3.028
in % der Mitarbeiter	2,5	2,8	3,1	3,3	3,5

¹ Werte beziehen sich auf befristete und unbefristete Arbeitsverhältnisse.² Mit Einführung der Mobilarbeit 2014 wurde die Berichtslogik angepasst. Während in der Vergangenheit auf die technische Möglichkeit des mobilen Arbeitens abgestellt wurde, wird seit 2014 die Anzahl der Mitarbeiter ausgewertet, die die Möglichkeit des mobilen Arbeitens tatsächlich genutzt haben.³ Mitarbeiter im Verwaltungsbereich⁴ Grundgesamtheit ohne Auszubildende, Praktikanten, Diplomanden und Doktoranden

→ GRI G4-10, GRI G4-LA3

Mitarbeiter durch Elternservice entlasten

Die BMW Group bietet ihren Mitarbeitern seit vielen Jahren familienunterstützende Dienstleistungen an. Seit 2016 arbeiten wir mit dem Elternservice der Arbeiterwohlfahrt (AWO) zusammen. Experten des Elternservice stehen Mitarbeitern in Deutschland bei der Organisation von Kinderbetreuung und Pflege von Angehörigen sowie bei der Vermittlung haushaltsnaher Dienste zur Seite. Eine Hotline ist rund um die Uhr für die Mitarbeiter verfügbar und bietet schnelle Hilfe im Notfall. Dadurch unterstützen wir die langfristige Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter und tragen zu ihrer Entlastung bei.

Des Weiteren bieten wir an vielen unserer deutschen Standorte eine Kinderbetreuung an. Auf diese Weise konnten wir mit der Unterstützung von Elterninitiativen bis Ende 2016 über 460 Betreuungsplätze für Kinder von null bis sechs Jahren bereitstellen.

Talente fördern und Mitarbeiter qualifizieren

In einem dynamischen, von schnellen Veränderungen geprägten Umfeld steigt die Bedeutung von lebenslangem Lernen stetig an. Deshalb investieren wir konsequent in die Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter und fördern ihre Talente. Damit stellen wir sicher, dass unsere Mitarbeiter dauerhaft über zukunftsfähige Kompetenzen zum Beispiel in den Bereichen Industrie 4.0 und Digitalisierung verfügen. Die weltweite Bandbreite unserer Maßnahmen erstreckt sich dabei von der Berufsausbildung über Nachwuchsprogramme für studentische Zielgruppen und fachspezifische Trainings für unsere Mitarbeiter bis hin zu Führungskräfteprogrammen.

Auch 2016 lagen die Aufwendungen für Aus- und Weiterbildung mit 352 Mio. € weiter auf hohem Niveau (2015: 352 Mio. €). Durchschnittlich besuchten unsere Mitarbeiter 2016 für 3,8 Tage eine Fort- oder Weiterbildung →. → GRI G4-LA9 Hiermit liegen wir im Branchenvergleich im oberen Bereich. Ferner erhalten alle Mitarbeiter der BMW Group mindestens einmal im Jahr eine konsistente und umfassende individuelle Leistungsbeurteilung. → GRI G4-LA11

→ Siehe
Tabelle 4.05

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft4.1 Gesundheit
und Leistungsfähigkeit→ 4.2 Langfristige
Mitarbeiterentwicklung

4.3 Vielfalt

4.4 Interkulturelle
Verständigung

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Anhang

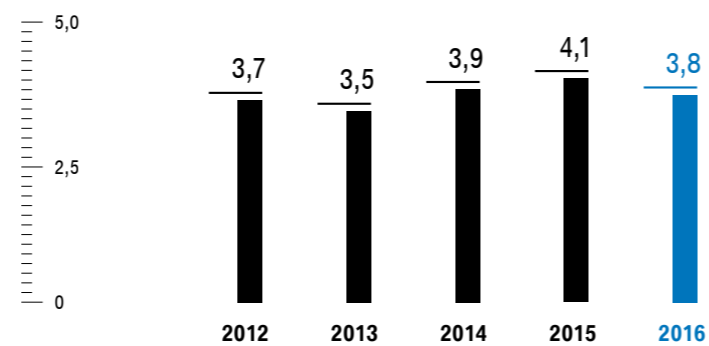
Mit Erhöhung der Ausbildungszahlen an ausländischen Werksstandorten wie den USA und Thailand hat die BMW Group 2016 ihre internationalen Ausbildungsaktivitäten weiterhin ausgedehnt. Die Zahl der Berufseinsteiger an den deutschen Ausbildungsstandorten des Unternehmens blieb mit 1.200 konstant. Zum Stichtag waren in der Berufsausbildung und den Nachwuchsförderprogrammen der BMW Group 4.613 junge Menschen beschäftigt (2015: 4.700) →. An unseren Produktionsstandorten in China, den USA, Südafrika und Großbritannien sowie neu auch in Brasilien, Thailand und Mexiko bilden wir auch nach dem dualen System aus.

→ Siehe
Weiterführende
Kennzahlen
Tabelle 4.23

Durchschnittliche Fort- und Weiterbildungstage pro Mitarbeiter in der BMW Group¹

→ T 4.05

Anzahl Tage



¹ Datenerhebung über Direkterfassung der Teilnehmer sowie zu einem kleinen Teil über qualifizierte Hochrechnung

→ GRI G4-LA9

Kompetenzen für die Digitalisierung aufbauen

Digitalisierung verändert die Charakteristik von Produkten und Dienstleistungen und prägt die Art und Weise, wie diese entwickelt, hergestellt und bereitgestellt werden. Einerseits verändern sich die Prozesse der Produktion, andererseits entwickeln wir neue, vernetzte Automobile, die eines Tages in der Lage sein werden, vollständig autonom zu fahren. Diese Veränderungen wirken sich unweigerlich auch auf die Arbeitsweisen unserer Mitarbeiter aus. Unser Ziel ist es, die Mitarbeiter mit dem nötigen Wissen auszustatten, das die Digitalisierung erfordert, sowie neue „digitale Talente“ zu rekrutieren.

Führungsfähigkeiten entwickeln

Unseren Führungskräften stehen über das konzernweite Corporate Leadership Programme vielfältige Qualifizierungsangebote zur Verfügung. Es richtet sich an alle Führungsebenen zur stärkenorientierten Weiterentwicklung der Führungsfähigkeiten.

Um einen internationalen Führungskräftenachwuchs aufzubauen, hat die BMW Group das Global Leader Development Programme entwickelt. Feste Bestandteile sind Praxisphasen im In- und Ausland, gezielte Trainingsmaßnahmen sowie vielfältige Netzwerk- und Austauschmöglichkeiten. Einen besonderen Fokus legen wir hierbei auf die Vermittlung interkultureller Kompetenzen. → GRI G4-LA10



Junge Nachwuchskräfte der BMW Group bei einem Workshop zur Zukunftsgestaltung des Unternehmens.

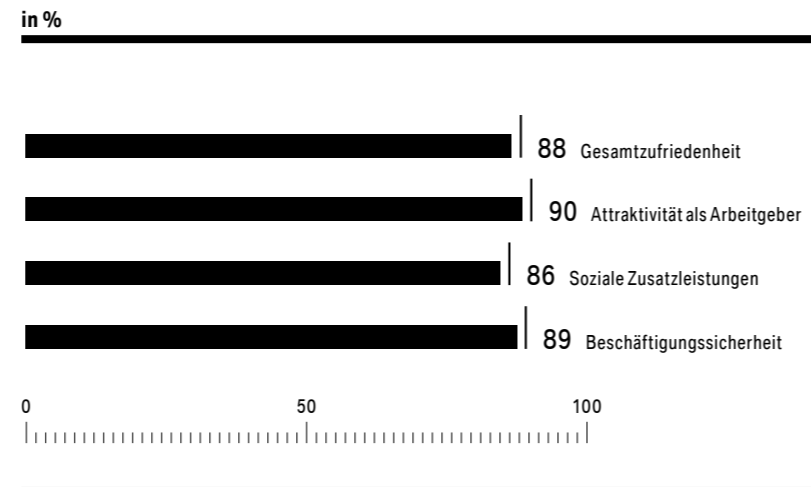
Zufriedene Mitarbeiter halten

Alle zwei Jahre findet eine konzernweite Mitarbeiterbefragung statt, zuletzt im Juni und Juli 2015. Danach zeigten sich 88 % der Befragten zufrieden mit der BMW Group. Sehr positiv bewertet wurden unter anderem die Attraktivität als Arbeitgeber (90 %), die sozialen Zusatzleistungen (86 %) und die Beschäftigungssicherheit (89 %) →.

→ Siehe Tabelle 4.06

Konzernweite Mitarbeiterbefragung für die BMW Group im Jahr 2015

→ T4.06



Niedrige Fluktuation erzielen

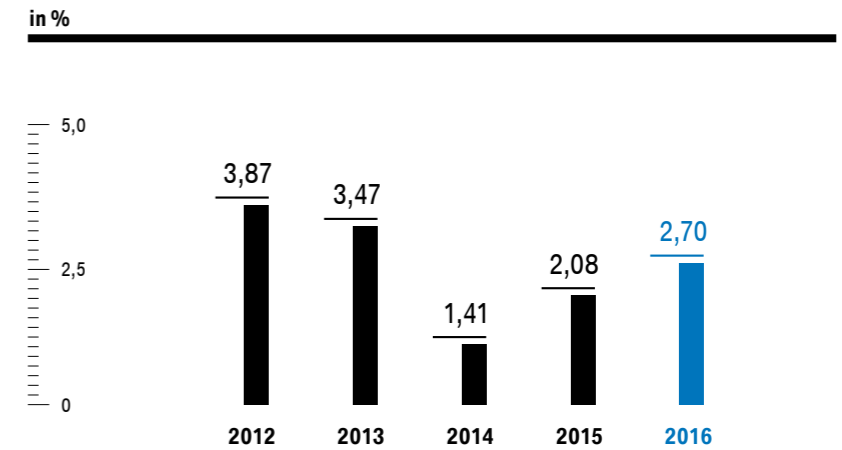
Die Fluktuationsquote 2016 ist mit 2,70 % im Vergleich zu 2015 gestiegen →. Dies liegt unter anderem an einer im Vergleich zum Vorjahr erhöhten Anzahl von Altersaustritten →. Die Fluktuationsquote ohne Austritte aufgrund von Rente, Altersteilzeit und Tod beträgt für das Jahr 2016 1,13 %. In Summe wirken die bewährten Programme und Maßnahmen der BMW Group, sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren.

→ Siehe Tabelle 4.07

→ Siehe Weiterführende Kennzahlen Tabelle 4.21

Fluktuationsquote der BMW AG¹

→ T4.07



¹ Austritte von Mitarbeitern mit unbefristeten Arbeitsverhältnissen

→ GRI G4-LA1

Ausblick

Digitalisierung, neue Antriebsformen und Geschäftsmodelle waren Kern der Überarbeitung unserer Unternehmensstrategie NUMBER ONE > NEXT. Wir verankern die Strategie zeitnah und nachhaltig bei Führungskräften und Mitarbeitern. Dazu werden beispielsweise alle Führungskräfte 2017 zur Strategie NUMBER ONE > NEXT geschult. Zur Deckung des Kompetenzbedarfs passen wir Personalinstrumente und Rahmenbedingungen an.

→ VIELFALT

Die BMW Group stärkt durch Vielfalt die Wettbewerbsfähigkeit und steigert die Innovationskraft.

4.3 VIELFALT

Die moderne Gesellschaft ist von einer Vielfalt unterschiedlicher Lebensentwürfe geprägt. Als global agierendes Unternehmen betrachtet die BMW Group eine interkulturelle Belegschaft, eine angemessene Geschlechterbalance und eine gute Altersmischung als Gewinn. Wir sind davon überzeugt, dass eine vielfältige Belegschaft unsere Innovationskraft steigert. Außerdem stärkt sie die Wettbewerbsfähigkeit, beispielsweise indem wir Kundenbedürfnisse besser verstehen.

Unsere Mitarbeiter erfahren in ihrer gesamten Vielfalt dieselbe Wertschätzung, den gleichen Respekt und die gleichen Chancen. Um die Vielfalt in der Belegschaft weiter zu fördern, verabschiedete der Vorstand im Jahr 2010 ein Diversity-Konzept. Darin definiert die BMW Group drei Bereiche, in denen Diversität unter Berücksichtigung lokaler Rahmenbedingungen unternehmensweit gestärkt werden soll: Geschlecht, kultureller Hintergrund sowie Alter und Erfahrung.

Erklärtes Ziel weltweit ist die Förderung personeller Vielfalt im Unternehmen: Einzigartigkeit und Unterschiede unserer Mitarbeiter stellen einen wichtigen Wert dar. Der BMW Group Verhaltenskodex schließt Diskriminierung konsequent aus. Diskriminierungen aufgrund von Geschlecht, Alter, sexueller Orientierung, Glaubensbekenntnis, Behinderung oder Herkunft wirken wir an allen Standorten entgegen. Alle Mitarbeiter können sich mit ihren Fragen an ihre Führungskräfte, an die zuständigen Fachstellen der BMW Group, die Personalabteilung oder den Betriebsrat wenden. Über die BMW Group SpeakUP Line haben unsere Mitarbeiter außerdem weltweit die Möglichkeit, Hinweise auf eventuelle Verstöße gegen diesen Grundsatz anonym und vertraulich abzugeben. → GRI G4-HR3

Mitarbeiterinnen und weibliche Führungskräfte fördern

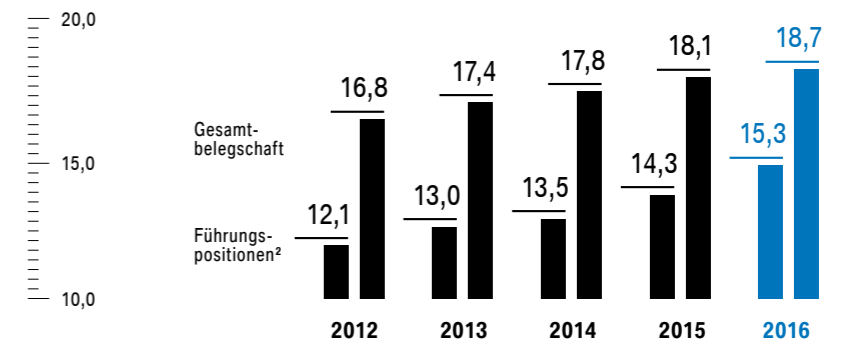
Das Diversity-Konzept der BMW Group strebt einen der Mitarbeiterstruktur entsprechendem Anteil von Frauen in Führungsfunktionen an. Mit einem Frauenanteil von 30 % im Aufsichtsrat entsprechen wir der Empfehlung des Deutschen Corporate Governance Kodex. Im Jahr 2011 haben wir uns gemeinsam mit den DAX-30-Unternehmen verpflichtet, den Frauenanteil in Führungspositionen zu erhöhen. Der Frauenanteil in der Gesamtbelegschaft konnte im Berichtszeitraum in Führungspositionen und in Nachwuchsprogrammen weiter gesteigert werden →. In der Gesamtbelegschaft der BMW Group liegt der Wert mit 18,7 % (BMW AG: 15,8 %) über dem selbst gesetzten Zielkorridor von 15–17 %. In Führungspositionen stieg der Frauenanteil in der BMW Group auf 15,3 % (BMW AG: 13,3 %). Bei den Nachwuchsgruppen lag der Frauenanteil im Berichtsjahr bei rund 44 % im Traineeprogramm und bei rund 29 % in den studentischen Förderprogrammen.

→ Siehe
Tabelle 4.08

Frauenanteil in Führungspositionen und an der Gesamtbelegschaft der BMW Group¹

→ T 4.08

in %



¹ Der Frauenanteil bei der BMW AG beträgt 15,8 % in der Gesamtbelegschaft und 13,3 % in Führungspositionen. Der Frauenanteil im Aufsichtsrat beträgt 30,0 % und im Vorstand 12,5 %.

² 2016 wurde die Berichterstattung des Frauenanteils vom Merkmal persönliche Einstufung auf das Merkmal Führungsfunktion umgestellt und die Vorjahreswerte wurden entsprechend angepasst.

→ GRI G4-LA12

Frauen für technische Berufe begeistern

Um langfristig mehr Mitarbeiterinnen zu gewinnen, sprechen wir sowohl mit unseren akademischen Nachwuchsprogrammen als auch mit Programmen für die Berufsausbildung gezielt qualifizierte Frauen an. Der Frauenanteil im globalen Führungsnachwuchsprogramm (Global Leader Development Programme) lag Ende Dezember 2016 bei 44 % →. Damit bereiten wir den Weg für eine neue Generation weiblicher Führungskräfte, die technisch kompetent, gut vernetzt und für kulturelle und gesellschaftliche Fragen sensibilisiert ist.

→ Siehe
Kapitel 4.2



Die BMW Group ist in mehr als 150 Ländern aktiv.

Durch kulturelle Vielfalt Kunden besser verstehen

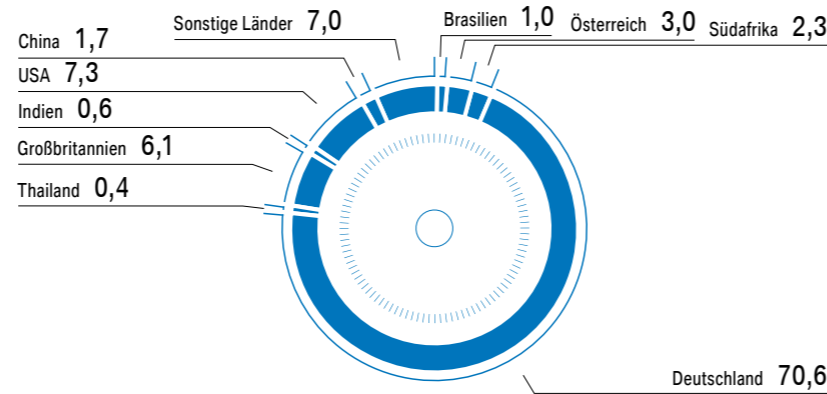
Als ein Unternehmen, das in mehr als 150 Ländern aktiv ist, begreifen wir die Vielfalt unserer Belegschaft als Chance. In Deutschland arbeiten Mitarbeiter aus 119 verschiedenen Nationen erfolgreich zusammen. → GRI G4-LA12 Die Vielfalt unserer Mitarbeiter hilft uns, die spezifischen Bedürfnisse unserer Kunden weltweit zu verstehen. Wir sind auch der Überzeugung, dass gemischte Teams kreativer und leistungsfähiger sind.

Zur weiteren Förderung von Internationalität und Interkulturalität bei neuen Mitarbeitern haben wir unsere Berufsausbildung sowie unser Nachwuchsprogramm Global Leader Development Programme bewusst auf internationale Teilnehmer ausgerichtet. Als Unternehmen mit einer interkulturellen Belegschaft setzen wir verstärkt auf Führungskräfte mit internationaler Erfahrung. Darüber hinaus steigern wir langfristig auch den Anteil nicht deutscher Mitarbeiter. Unsere globale Ausrichtung findet sich auch in der internationalen Besetzung von Vorstand und Aufsichtsrat wieder.

Anteil Mitarbeiter je Land mit Produktionsstandort(en) 2016

→ T4.09

in %



→ GRI G4-10

Altersvielfalt berücksichtigen

Wir berücksichtigen die Altersvielfalt unserer Belegschaft, um die Stärken unterschiedlicher Altersgruppen gezielt zu nutzen und Spitzen bei altersbedingten Austritten zu vermeiden. Bei der Gründung neuer Standorte oder Unternehmensbereiche achten wir deshalb unter anderem darauf, eine altersgemischte Belegschaft aufzubauen. Seit 2013 nimmt der Anteil der Mitarbeiter im Alter zwischen 30 und 50 Jahren immer mehr ab. Gleichzeitig wächst der Anteil der über 50-Jährigen.

Mitarbeiter der BMW AG nach Altersgruppen, heruntergebrochen auf Funktionsbereich und Geschlecht¹

→ T4.10

in %	< 30 Jahre	30 – 50 Jahre	> 50 Jahre
2014 gesamt	12,5	62,0	25,5
2015 gesamt	13,0	60,6	26,5
2016 gesamt	12,5	60,2	27,3
direkt ²	16,4	54,8	28,8
indirekt ³	10,0	63,7	26,3
männlich	11,1	60,1	28,8
weiblich	20,6	60,9	18,5

¹ Werte beziehen sich auf Mitarbeiter mit unbefristeten Arbeitsverhältnissen.

² taktgebundene bzw. Produktionsmitarbeiter

³ alle Mitarbeiter ohne Taktbindung

→ GRI G4-LA12

Daher ist es unser Ziel – auch im indirekten Bereich –, schon frühzeitig Maßnahmen für ein gutes Alter(n)smanagement aufzusetzen und darüber hinaus einen regen Austausch zwischen den Generationen zu schaffen. Neben der Sicherung von Wissen kommt es uns hier darauf an, eine gute Zusammenarbeit der unterschiedlichen Generationen herbeizuführen und jeden Mitarbeiter so zu fördern und zu fordern, dass er sein Potenzial optimal einsetzen kann.

Die Lebensarbeitszeit unserer Mitarbeiter nimmt zu. Dies ist bedingt durch einen früheren Eintritt ins Unternehmen und ein späteres Ausscheiden, beispielsweise durch das steigende Renteneintrittsalter. Angesichts einer älter werdenden Belegschaft haben wir das Programm „Heute für Morgen“ → ins Leben gerufen, um die Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter zu erhalten. Ergänzend dazu werden Führungskräfte eigens für die Herausforderungen altersgemischter Teams sensibilisiert.

→ Siehe Kapitel 4.1

 Einführung

1

 Strategie

2

 Produkte
und Dienstleistungen

3

 Produktion
und Wertschöpfung

4

 Mitarbeiter
und Gesellschaft

 4.1 Gesundheit
und Leistungsfähigkeit

 4.2 Langfristige
Mitarbeiterentwicklung

→ 4.3 Vielfalt

 4.4 Interkulturelle
Verständigung

5

 Fundamente

 Weiterführende Kennzahlen

 GRI G4 Content Index

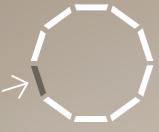
 Anhang

Auch 2016 beteiligte sich die BMW Group wieder an Aktionen rund um den Deutschen Diversity-Tag, an dem Unternehmen und Institutionen den Vielfaltsgedanken in den Fokus rücken und ein Zeichen setzen. Ein besonderes Highlight war der Diversity Parcours 2016, eine interaktive Erlebnisausstellung rund um das Thema Vielfalt, die zwei Wochen lang im Forschungs- und Innovationszentrum in München zu Gast war und die Mitarbeiter über kulturelle Vielfalt sowie den Austausch zwischen Generationen und Geschlechtern informierte.

Um die Bedürfnisse älterer Mitarbeiter besser zu verstehen, haben wir in den letzten anderthalb Jahren eine Workshop-Reihe mit Mitarbeitern im Alter von über 50 Jahren durchgeführt. Die Teilnehmer erarbeiteten gemeinsam Lösungsansätze zu Themen wie „Wissenssicherung“ oder „Reverse Mentoring“ (jüngere Mitarbeiter beraten ältere Mitarbeiter). Flankiert wurde die Workshop-Reihe durch eine wissenschaftliche Arbeit, die zum Ziel hatte, Handlungsfelder bei der BMW Group zu definieren und konkrete Maßnahmen dazu zu erarbeiten.

 Ausblick

In den kommenden Jahren wollen wir unser Diversity-Konzept noch stärker ganzheitlich verankern. Dabei setzen wir verstärkt auf die Weiterführung unserer Veranstaltungs- und Dialogformate zur Sensibilisierung der Führungskräfte und Mitarbeiter. Auch die laufenden Maßnahmen in den Bereichen Recruiting und Personalentwicklung werden wir nachhaltig in der Organisation umsetzen. Darüber hinaus unterstützen wir gezielt ressort- und bereichsspezifische Formate für unterschiedliche Zielgruppen. Die Verantwortung und Vorbildfunktion unserer Führungskräfte spielt hierbei eine zentrale Rolle.



→ INTERKULTURELLE VERSTÄNDIGUNG

Die BMW Group ist führend auf dem Gebiet der interkulturellen Verständigung.



4.4 INTERKULTURELLE VERSTÄNDIGUNG

Die BMW Group arbeitet in einem komplexen, sich schnell verändernden Umfeld. Unser Erfolg hängt nicht nur von unserer eigenen Leistung und Innovationskraft ab, sondern auch von zahlreichen gesellschaftlichen Kräften und Akteuren, mit denen wir im Austausch stehen. Mit unserem Engagement für die Verbesserung interkulturellen Zusammenlebens wollen wir einen Mehrwert für die Gesellschaft erzielen. Damit stärken wir zugleich die Basis für unsere Zukunftsfähigkeit, denn langfristig erfolgreich sind nur Unternehmen, die auch gesellschaftliche Relevanz haben.

Wirksames gesellschaftliches Engagement gehört zu unserem unternehmerischen Selbstverständnis. Besonderen Wert legen wir auf den Wissenstransfer und darauf, dass unsere Unterstützungsmaßnahmen als Hilfe zur Selbsthilfe langfristig wirken. Im Jahr 2016 haben wir unser Engagement daher professionalisiert und auf soziale Projekte mit einer messbaren Wirkung fokussiert. Um unsere Initiativen und Projekte institutionell zu verankern, haben wir weltweit Kooperationen, zum Beispiel mit Universitäten, vorangetrieben oder die Gründung von Non-Profit-Organisationen wie Stiftungen initiiert.

Interkulturelle Verständigung und soziale Integration fördern

Als globales Unternehmen mit multinationaler Belegschaft hat die BMW Group ein vitales Interesse an der guten Verständigung zwischen verschiedenen Nationen, Religionen und Ethnien. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, durch unser Engagement in den Bereichen interkulturelle Verständigung und soziale Integration bis 2020 1 Mio. Menschen zu erreichen. Dieses Vorhaben konnten wir bereits deutlich früher verwirklichen: Schon Ende 2015 haben wir vor allem durch den → **Intercultural Innovation Award** weltweit mehr als 1 Mio. Menschen über Austauschprogramme, Online-Plattformen und Bildungsprojekte erreicht, Ende 2016 waren es über 1,2 Mio. gemäß einer Untersuchung der United Nations Alliance of Civilizations. Die Aktivitäten unterscheiden sich von Land zu Land und richten sich nach den lokalen Bedürfnissen.

Den Intercultural Innovation Award verleihen wir gemeinsam mit der → **United Nations Alliance of Civilizations (UNAOC)** seit 2011. Ausgezeichnet werden innovative Projekte mit Vorbildcharakter, die sich für die Lösung von interkulturellen Spannungen und Konflikten einsetzen. Ein besonderer Mehrwert dieser Auszeichnung: Ausgewählte Projekte bekommen eine umfassende beratende Unterstützung von der BMW Group und der UNAOC. Die Finalisten erhalten ein Preisgeld von insgesamt 100.000 US-Dollar und können zusätzlich an Workshops zu Themen wie Strategie und Planung, Implementierungsanalyse oder Medientraining teilnehmen.

Ehrenamtliches Engagement auszeichnen

Bereits seit 2011 würdigt die BMW Group jährlich den ehrenamtlichen Einsatz ihrer Mitarbeiter mit der „Auszeichnung für soziales Engagement“ unter der Schirmherrschaft von Vorstandsmitglied Milagros Caiña Carreiro-Andree. Die BMW Group prämiert drei Projekte, die einen besonders großen Mehrwert für die Gesellschaft schaffen. Der zusätzliche Sonderpreis der Doppelfeld-Stiftung richtet sich insbesondere an jüngere Mitarbeiter. In den vergangenen Jahren gingen knapp 600 Bewerbungen aus den

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft4.1 Gesundheit
und Leistungsfähigkeit4.2 Langfristige
Mitarbeiterentwicklung

4.3 Vielfalt

→ 4.4 Interkulturelle
Verständigung

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Anhang

unterschiedlichsten Ländern und Bereichen ein. Das Spektrum der Projekte reicht von der Unterstützung von Flüchtlingen über die Hilfe zur Selbsthilfe in Entwicklungsländern bis hin zu Förderprojekten für benachteiligte oder behinderte Kinder und Jugendliche. Auch 2017 werden wieder vier Preise mit zweckgebundenen Prämien in Höhe von je 5.000 € vergeben. Die vier Gewinner werden von einer internen Jury ausgewählt und bei einer feierlichen Gala im Mai 2017 ausgezeichnet.

Flüchtlinge integrieren

Mit der Initiative „WORK HERE!“ ermöglicht die BMW Group in Zusammenarbeit mit der deutschen Bundesagentur für Arbeit und mit Jobcentern vor Ort seit 2015 motivierten Flüchtlingen einen sechs- bis neunwöchigen Praxiseinsatz in verschiedenen Fachbereichen. Das Programm bietet Flüchtlingen eine Orientierung am deutschen Arbeitsmarkt. Die Teilnehmer werden von Mitarbeitern als Mentoren begleitet und erhalten ein Integrationstraining sowie einen Sprachkurs mit täglichem Deutschunterricht. Das Projekt wurde 2016 auf sechs Standorte in Deutschland ausgeweitet. Für jüngere Flüchtlinge besteht darüber hinaus das Angebot einer sechsmonatigen Einstiegsqualifizierung für Fertigungsmechaniker.



An „WORK HERE!“, dem Praxisprojekt der BMW Group, nahmen bisher mehr als 300 Flüchtlinge teil.

Insgesamt haben im Jahr 2016 über 300 Flüchtlinge an „WORK HERE!“ oder der Einstiegsqualifizierung teilgenommen. Damit konnten wir nicht alle verfügbaren Programmplätze belegen. Die Erfahrungen mit den bisherigen Teilnehmern des Programms haben gezeigt, dass Sprache, kulturelles Verständnis und fachliche Qualifikationen die wichtigsten Schlüssel zur Integration in den deutschen Berufsalltag sind. Trotz Herausforderungen innerhalb der genannten Felder werden wir 2017 mit diesem Programm die Integration von Flüchtlingen weiter fördern.

Globales Engagement auf lokale Bedürfnisse abstimmen

Mit 31 Produktions- und Montagestätten und einem Vertriebsnetzwerk von über 150 Ländervertretungen ist die BMW Group ein global ausgerichtetes Unternehmen. Neben unserem Fokusthema, der interkulturellen Verständigung, entwickeln wir spezifische Bildungsangebote und soziale Projekte für unsere jeweiligen Standorte. Wir sind davon überzeugt, dass die Gestaltung einer von Zusammenhalt und Innovation geprägten Gesellschaft gelingen kann, wenn jeder Einzelne Verantwortung für das Allgemeinwohl übernimmt und seine Kompetenzen und Fähigkeiten für die gesellschaftliche Entwicklung einsetzt.

Vor Projektbeginn untersuchen wir die sozialen Herausforderungen vor Ort. Die zentrale Frage lautet dabei für uns, ob und wie wir mit unseren Kompetenzen die Lage verbessern können. Von diesem Engagement profitieren wir auch als Unternehmen. So lernen wir beispielsweise das jeweilige Sozialgefüge besser kennen, gewinnen Einblicke in andere Perspektiven und erreichen auf dieser Grundlage neue Zielgruppen.

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft4.1 Gesundheit
und Leistungsfähigkeit4.2 Langfristige
Mitarbeiterentwicklung

4.3 Vielfalt

→ 4.4 Interkulturelle
Verständigung

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Anhang

Um unser gesellschaftliches Engagement noch fokussierter und wirkungsvoller gestalten zu können, haben wir 2015 eine Feldanalyse zu den sozialen Programmen an den BMW Group Standorten mit folgendem Ergebnis durchgeführt:

- Das soziale Engagement erfolgt hauptsächlich durch Unterstützung bereits existierender Programme
- Die BMW Group wird als Sponsor von sozialen Aktivitäten wahrgenommen und nicht als lokaler Akteur mit Projektverantwortung
- Es besteht kein einheitliches Verständnis des sozialen Engagements innerhalb des Unternehmens und in den meisten Fällen keine Einbindung von Händlern, Kunden und Partnern

Auf der Grundlage dieser Analyse wurde eine Roadmap für die strategische Weiterentwicklung des gesellschaftlichen Engagements der BMW Group entwickelt, und 2016 wurden folgende Maßnahmen in die Wege geleitet:

- Aufbau einer lokalen Stiftung in Indien unter Einbindung von Händlern, Kunden und Mitarbeitern
- Entwicklung eines strategischen Ansatzes zur Positionierung der BMW Group als verantwortungsbewusstes lokales Unternehmen in Südafrika, Brasilien, Mexiko und Thailand
- Strategische Ausrichtung des Engagements in Großbritannien, Japan und Russland sowie Entwicklung von Bildungsprojekten im Bereich Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik

Zwei repräsentative Beispiele für das strategische gesellschaftliche Engagement der BMW Group sind der BMW Warm Heart Fund in China und der BMW Korea Future Fund. Beide Stiftungen bieten für die BMW Group, ihre Mitarbeiter, Händler und Kunden eine Plattform, um einen Beitrag zur gesellschaftlichen Entwicklung im jeweiligen Land zu leisten. In Peking präsentierten junge Talente von Universitäten und Forschungsinstituten auf dem „BMW Next Mobility Youth Camp 2016“ in zehn Teams ihre Lösungsansätze für die urbane Mobilität der Zukunft. In Südkorea fördert das „Young Engineer Dream Project“, ein einjähriges Mentorenprogramm, benachteiligte Studenten an technisch orientierten Schulen. BMW Group Techniker aus Betrieben vor Ort unterstützen sie bei der Ausbildungs- und Karriereplanung.



Das „Young Engineer Dream Project“ von BMW Korea unterstützt seit 2013 weniger privilegierte Universitätsstudenten und stellt ihnen ein Jahr lang BMW und MINI Techniker als ehrenamtliche Mentoren zur Seite. An dem Projekt beteiligten sich bisher 131 Studenten und 48 Mentoren.

Fahrzeuge für Forschung und Ausbildung

Die BMW Group engagiert sich seit Jahren in der Nachwuchsförderung durch kostenfreie Fahrzeugüberlassungen für Bildungseinrichtungen im In- und Ausland. Dies zeigt beispielhaft, wie unser gesellschaftliches Engagement das unternehmerische Eigeninteresse mit sozialen Aspekten verbindet. Ziel der Vergaben ist die Nachwuchssicherung und die Kooperation mit Universitäten. Gleichzeitig trägt die BMW Group dazu bei, die Ausbildung und Forschung auf dem neuesten Stand der Technik zu halten. Weit über 1.500 Fahrzeuge wurden in verschiedene Länder vergeben.

BMW Stiftung Herbert Quandt: Gesellschaft aktiv mitgestalten

Ein wichtiger Impulsgeber für unser gesellschaftliches Engagement und die Etablierung von Initiativen ist das Stiftungsengagement der BMW Group. Die beiden Unternehmensstiftungen, BMW Stiftung Herbert Quandt und Eberhard von Kuenheim Stiftung der BMW AG, haben zum 100-jährigen Bestehen des Unternehmens der Stifterin im März 2016 ihre Stärken und Ressourcen gebündelt. Die BMW Group hat das Vermögen der BMW Stiftung Herbert Quandt von 50 auf 100 Mio. € verdoppelt und plant, die laufenden Aktivitäten mit jährlichen Spenden zu unterstützen.

Die BMW Stiftung Herbert Quandt inspiriert Führungspersönlichkeiten aus allen Bereichen, ihre gesellschaftliche Verantwortung im privaten oder beruflichen Zusammenhang wahrzunehmen. Durch das globale Responsible Leaders-Netzwerk setzt sie sich über die Grenzen von Ländern, Kulturen und Sektoren hinweg für positive gesellschaftliche Veränderung ein. Den Orientierungsrahmen bilden dabei die Agenda 2030 der Vereinten Nationen und ihre Sustainable Development Goals. Ziel der Stiftung ist es, gesellschaftlich relevante Prozesse anzustoßen und innovative Organisationen und Initiativen nachhaltig zu begleiten. Kurz: ganz konkretes Engagement von Responsible Leaders in der ganzen Welt zu fördern.

Einen zusätzlichen Hebel sieht die BMW Stiftung Herbert Quandt im Thema Impact Investing. Deshalb verfolgt sie ihre Ziele nicht nur mit den Erträgen aus dem Stiftungsvermögen, sondern investiert mit dem Eberhard von Kuenheim Fonds einen erheblichen Teil ihres Grundstockvermögens selbst in Organisationen mit hoher gesellschaftlicher Wirkung und fördert den Austausch über gesellschaftlich positive Anlageformen national und international.

Ausgaben für gesellschaftliches Engagement finanzieren

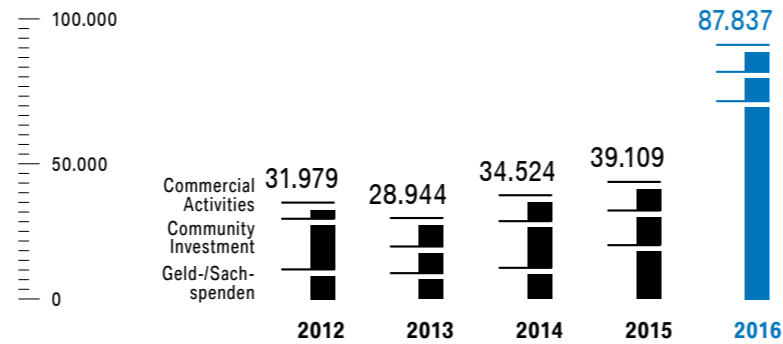
Im Jahr 2016 haben wir für unser gesellschaftliches Engagement insgesamt 87,8 Mio. € (2015: 39,1 Mio. €) eingesetzt. Die Verteilung dieser Summe auf unsere unterschiedlichen Schwerpunkte wird in Tabellen → veranschaulicht. Die Spendenausgaben der BMW Group erhöhten sich dabei 2016 im Vergleich zum Jahr 2015 um mehr als 300%. Diese erhebliche Zunahme resultiert aus erhöhten Spendaufwendungen für die BMW Stiftung Herbert Quandt.

→ Siehe
Tabelle 4.11 und
Tabelle 4.12

Höhe der gesamten Ausgaben für gesellschaftliches Engagement nach Engagementtypen¹

→ T4.11

in Tsd. €



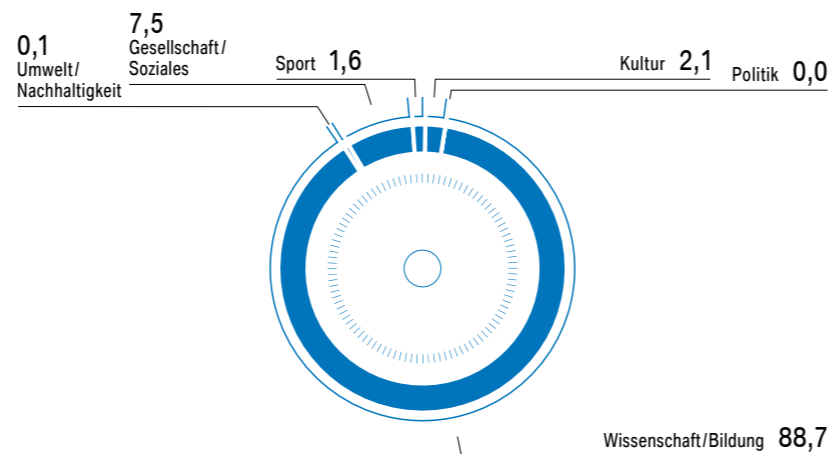
¹Das gesellschaftliche Engagement der BMW Group gliedert sich in drei Hauptbereiche: erstens Spenden in Form von Geld- bzw. Sachzuwendungen, zweitens Community Investment. Dabei handelt es sich um Aufwendungen für eigene Projektinitiativen, Kooperationen und Partnerschaften sowie Corporate Volunteering (Einsätze von Mitarbeitern der BMW Group). Und drittens Commercial Activities, also Sponsoring und sogenanntes Cause Related Marketing.

→ GRI G4-EC1

Spendenausgaben der BMW Group im Jahr 2016 weltweit

→ T4.12

in %, Gesamtsumme 70.356.147 €¹



¹ Die hier genannte Summe der Spenden enthält kein Cause Related Marketing, kein Sponsoring und umfasst nicht die Projekte und Aktivitäten, die im Rahmen des gesellschaftlichen und kulturellen Engagements durchgeführt werden.

→ GRI G4-EC1

Ausblick

Wir werden unsere Schwerpunkte interkulturelle Verständigung und soziale Integration inhaltlich vertiefen und weiter ausgestalten. Ziel ist es, die 2016 entwickelte Roadmap umzusetzen und Plattformen zu schaffen, auf denen wir auch Mitarbeiter, Kunden und Händler aktiv einbinden können. Damit wird unser gesellschaftliches Engagement noch fokussierter und wirkungsvoller.

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

→ Fundamente

5.1 Kundenzufriedenheit

5.2 Produktsicherheit

5.3 Compliance
und Menschenrechte

5.4 Wirtschaftliche Effekte

5.5 Stakeholderengagement

5.6 Verankerung
der Nachhaltigkeit

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Anhang

FUNDAMENTE

5

ANSATZ DER BMW GROUP

Die BMW Group handelt nach den Prinzipien einer nachhaltigen und verantwortungsvollen Unternehmensführung. Hierzu gehören rechtmäßiges Verhalten, die Einhaltung von Nachhaltigkeitskriterien sowie die Achtung der Menschenrechte entlang der Wertschöpfungskette. Darüber hinaus stehen wir kontinuierlich im Dialog mit unseren Stakeholdern und verankern nachhaltiges Handeln in der Organisation, der Kultur und in den Prozessen unseres Unternehmens. Auf diese Weise steigern wir die Kundenzufriedenheit und tragen dazu bei, die Wettbewerbsfähigkeit der BMW Group langfristig zu sichern. Gleichzeitig leisten wir einen Beitrag zur Wertschöpfung und Entwicklung in der Gesellschaft. Wir informieren unsere Kunden umfassend über den sachgerechten Gebrauch unserer Produkte und sorgen durch aktive und passive Sicherheitssysteme sowie frühzeitige Auswahl unbedenklicher Stoffe in der Produktion für den Schutz der Gesundheit und der Umwelt.

5.1 KUNDENZUFRIEDENHEIT

Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt zunehmend an Bedeutung für die Produktgestaltung und für das Gesamtimage eines Unternehmens, zusätzlich zu klassischen Faktoren wie Produkt- und Servicequalität. Daher hat die BMW Group Nachhaltigkeit im Fundament ihrer Marken verankert. Nachhaltigkeitsaspekte sind auch Bestandteil der Kundenbefragungen, die wir in unseren Entscheidungen berücksichtigen. Denn zufriedene Kunden sind eine Voraussetzung für langfristigen Unternehmenserfolg.

Die meisten Kunden sehen die Verantwortung für die Gestaltung nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen bei den Unternehmen, deren Angebote sie nutzen. Sie erwarten, dass Nachhaltigkeit fester Bestandteil des Geschäftsmodells ist. Dabei handelt es sich um einen stabilen Trend, der nicht nur auf Kunden zutrifft, die sich durch ein besonderes Nachhaltigkeitsbewusstsein auszeichnen.

Nachhaltigkeit wird in unseren Marken vielfältig adressiert: von der Entwicklung verbrauchsoptimierter und elektrifizierter Antriebe über die Verwendung nachwachsender Rohstoffe im Fahrzeuginnenraum bis zu unseren Mobilitätsdienstleistungen. Mit unserer Submarke BMW i, die ganzheitlich als eine nachhaltige Mobilitätslösung entwickelt wurde, wollen wir eine Vorreiterrolle im Automobilssektor einnehmen →.

→ Siehe
Kapitel 2.2

Da eine Kaufentscheidung von vielen unterschiedlichen Faktoren abhängt, zeigen sich gerade bei individuellen Kaufentscheidungen auch Widersprüche zwischen den Nachhaltigkeitserwartungen und anderen Präferenzen unserer Kunden. So können kurzfristige Trends wie niedrige Kraftstoffkosten dazu führen, dass die Nachfrage nach den effizientesten Fahrzeugtypen abnimmt. Bei unseren Flottenkunden spiegeln sich Nachhaltigkeitsaspekte daher deutlicher in den Kaufentscheidungen wider. Hier sind vor allem niedrige Verbrauchswerte und CO₂-Emissionen ausschlaggebende Kriterien.

Kundenerwartungen berücksichtigen

Um unsere Produkte und Dienstleistungen entsprechend den Bedürfnissen unserer Kunden zu optimieren, führen wir jährliche Befragungen durch. Zudem messen wir die Kundenzufriedenheit kontinuierlich auf der Basis weltweit einheitlicher Standards.

Die Ergebnisse werden sowohl auf der Ebene der BMW Group als auch bei unseren Tochtergesellschaften und Händlern ausgewertet, um schnell und gezielt auf Kundenwünsche reagieren zu können. Die Befragungen zeigen eine Kundenzufriedenheit auf beständig gutem Niveau, das sich weiter verbessert. Dies sehen wir als Bestätigung für die Effektivität unserer kontinuierlichen Bemühungen. Gleichzeitig wird immer wieder deutlich, dass die Wünsche unserer Kunden von Land zu Land sehr unterschiedlich sein können. Diese nationalen und kulturellen Unterschiede berücksichtigen wir in unseren Entscheidungen. → GRI G4-PR5

Wertvolle Anregungen für die Weiterentwicklung unserer Dienstleistungs- und Produktpalette lieferte eine im Frühjahr 2016 in Deutschland, den USA und China durchgeführte Kundenbefragung zu unterschiedlichen Antriebssystemen einschließlich Elektromobilität.

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

→ 5.1 Kundenzufriedenheit

5.2 Produktsicherheit

5.3 Compliance
und Menschenrechte

5.4 Wirtschaftliche Effekte

5.5 Stakeholderengagement

5.6 Verankerung
der Nachhaltigkeit

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Anhang

Insgesamt hat das Interesse an elektrischen Antrieben in den teilnehmenden Ländern von 2014 bis 2016 zugenommen. Als Kaufmotive für elektrische Fahrzeuge wurden in allen Ländern deren Umweltfreundlichkeit und niedrige laufende Kosten genannt. Zusätzlich gaben beispielsweise in Deutschland die neue Technologie und der Fahrspaß den Ausschlag für diesen Antrieb, während in China vor allem die staatliche Förderung im Vordergrund stand.

Von den befragten Elektrofahrzeugbesitzern gaben nahezu alle an, in Zukunft wieder ein Elektrofahrzeug kaufen zu wollen. Von den Plug-in-Hybrid-Fahrern würde sich ungefähr die Hälfte wieder für ein Plug-in-Hybrid-Fahrzeug entscheiden, während fast ein Drittel auf Elektrofahrzeuge umsteigen möchte. Für konventionelle Premiumkunden ist es wichtig, dass der Umstieg auf ein Plug-in-Hybrid- oder Elektrofahrzeug keine Einschränkung bezüglich Modellwahl und Reichweite mit sich bringt. → GRI G4-PR5

Zum Thema Kundenzufriedenheit berichten unsere Vertriebsgesellschaften der größten Absatzmärkte (unter anderem in den USA, China und Deutschland) regelmäßig an ein Gremium mit Vorstandsbeteiligung. Zusätzlich werden konkrete Kundenanliegen auf Managementebene analysiert, um mögliche Prozessschwächen zu identifizieren und entsprechende Lösungen zu erarbeiten.



Der Kunde im Mittelpunkt: Fahrzeugübergabe in der BMW Welt München.

Nachhaltigkeit im Vertrieb erleben

Um den Vertrieb von nachhaltigen Fahrzeugen zu fördern, ist es entscheidend, dass unsere Kunden über die nötigen Informationen verfügen. Daher ist es unser Ziel, Mitarbeiter mit Kundenkontakt in den Händlerbetrieben so umfassend zu informieren, dass sie gegenüber den Kunden zu nahezu allen Produkten und Nachhaltigkeitsaktivitäten der BMW Group Auskunft geben können.

Nachhaltigkeitsaspekte sind daher ein integraler Bestandteil unserer Händlerqualifizierung und werden allen Verkaufsmitarbeitern im initialen Vertriebsstraining vermittelt. Die Ausbildung der BMW i Kundenkontaktmitarbeiter beinhaltet beispielsweise ein besonders extensives Nachhaltigkeitsprogramm. Zudem führen wir spezielle Train-the-Trainer-Qualifizierungen für Multiplikatoren im Handel durch, in denen wir auch Themen wie die CO₂-Emissionen über den Produktlebenszyklus unserer Fahrzeuge, Sicherheit und Umweltschutz im Aftersales sowie die BMW Group Nachhaltigkeitsstrategie behandeln. Dabei geht es nicht nur darum, Verständnis für das Konzept Nachhaltigkeit zu schaffen, sondern vielmehr auch die Vorteile des nachhaltigen Handelns für den Vertrieb aufzuzeigen.

5.2 PRODUKTSICHERHEIT

Als Anbieter von Premium-Produkten betrachtet die BMW Group Sicherheit als zentralen Bestandteil ihrer Produktverantwortung. Durch aktive und passive Sicherheitssysteme in unseren Fahrzeugen reduzieren wir das Unfallrisiko für unsere Kunden und andere Verkehrsteilnehmer. Mit Fahrsicherheitstrainings tragen wir zusätzlich dazu bei, Gefahrensituationen zu vermeiden. Wir informieren unsere Kunden umfassend über den sachgerechten Gebrauch unserer Produkte und Dienstleistungen. Bei der Auswahl geeigneter Materialien für die Entwicklung neuer Produkte berücksichtigen wir von vornherein mögliche Auswirkungen auf Umwelt und Gesundheit, um Problemstoffe frühzeitig auszuschließen.

Alle Produkte der BMW Group werden unter strenger Anwendung von Qualitätsmanagementsystemen entwickelt und hergestellt. Die BMW Group beobachtet ihre Produkte im Markt und überprüft alle Hinweise zum Thema Sicherheit. Falls erforderlich, werden umgehend die zuständigen Behörden informiert und alle notwendigen Maßnahmen zum Schutz unserer Kunden eingeleitet. Die BMW Group hat hierfür entsprechende Gremien, Prozesse und Organisationen etabliert. → GRI G4-PR1

Umfassend Sicherheit fördern und Kunden informieren

Wir kommunizieren unsere Sicherheitskonzepte im Bedarfsfall über gemeinsame Veranstaltungen mit Feuerwehr, Rettungs- und Bergungskräften. Darüber hinaus trägt auch das Angebot von allgemeinen und spezialisierten Trainings zur Sicherheit unserer Kunden und anderer Verkehrsteilnehmer bei. Hier wird mit den Kunden trainiert, wie in bestimmten Gefahrensituationen vorzugehen ist. Seit 40 Jahren führt die BMW Group Fahrsicherheitstrainings durch.

Heute bietet die BMW und MINI Driving Experience in über 30 Ländern weltweit unterschiedliche Trainings für BMW, MINI und BMW Motorräder an. Allein im Rahmen dieses Programms haben wir 2016 in Deutschland und an internationalen Trainingsstandorten über 25.000 Teilnehmer fahraktiv geschult.



Durch aktive und passive Sicherheitssysteme reduziert die BMW Group das Unfallrisiko für ihre Kunden und andere Verkehrsteilnehmer.

Durch aktive und passive Sicherheitssysteme Unfallfolgen reduzieren

Unsere Fahrzeuge sind mit aktiven und passiven Sicherheitssystemen ausgestattet, die höchsten Qualitätsstandards genügen. Aktive Sicherheit umfasst eine perfekte Fahrwerksabstimmung, optimale Traktion und wirkungsvolle Bremsen. Elektronische Fahrwerkregelsysteme sowie diverse Fahrerassistenzsysteme tragen ebenfalls zur Vermeidung von Unfällen bei. Darüber hinaus sind zahlreiche passive Sicherheitssysteme in unseren Fahrzeugen installiert, um Unfallfolgen zu minimieren. Dazu zählen energieabsorbierende Knautschzonen, Sicherheitsfahrergastzellen, Gurtsysteme und Airbags.

Rückruf bei jedem Verdachtsfall – Beispiel der Takata-Airbags

Das Ziel der BMW Group ist es, über Rückrufaktionen sicherzustellen, dass bei Produktfehlern kein Schaden entsteht. Rückrufe werden vorsorglich im Verdachtsfall organisiert und öffentlich kommuniziert.

Beim Tausch betroffener Airbags des Zulieferers Takata handelt es sich um eine reine Vorsichtsmaßnahme seitens der BMW Group. Bei Wettbewerbern sind einige Fälle von fehlerhaften Auslösungen der Airbags mit Verletzung, in wenigen Fällen auch Tötung der Insassen durch Bersten des Gasgenerators bekannt geworden. Bei der BMW Group ist kein einziger solcher Fall bekannt. Zur Vorsorge wurde im Jahr 2013 der erste Rückruf bei BMW zum Tausch der betroffenen Airbags entschieden. Betroffen waren zu diesem Zeitpunkt 237.000 Fahrzeuge der BMW 3er Reihe (E46) weltweit. Im Rahmen von weiteren Untersuchungen und Kontakten mit den Behörden in verschiedenen Märkten wurden seitdem Rückrufe für über 6 Mio. betroffene Fahrzeuge weltweit von BMW entschieden. Betroffene Fahrzeuge aus diesen vorsorglichen Rückrufen sind hauptsächlich BMW 3er, BMW 5er, BMW X5 und wenige andere Derivate mit Fahrer- und Beifahrerairbag der Modelljahre 2000–2012.

Produkt- und Serviceinformationen für Kunden garantieren

Informationen zur Sicherheit unserer Fahrzeuge und zum Schutz der Gesundheit unserer Kunden stehen in den fahrzeugintegrierten Betriebsanleitungen (IBA) als Druckausgabe, in elektronischer Form als App für Smartphones oder im Internet zur Verfügung. Diese Angaben werden ergänzt durch Hinweise am Fahrzeug und zusätzliche Hintergrundinformationen zu Services, Zubehör und Bauteilen.

Die BMW Group informiert ihre Kunden über den korrekten Gebrauch ihrer Produkte und Dienstleistungen sowie über Risiken und Gefahren gemäß den jeweils geltenden gesetzlichen Vorschriften. Die produkthaftungsrechtlichen Anforderungen an die Kundeninformationen werden durch eine fachliche und rechtliche Beurteilung im Freigabeprozess sichergestellt. Das betrifft insbesondere Betriebsanleitungen zur sicheren Produktnutzung. Jede Komponente unserer Fahrzeuge kann über die Teilenummer bis zum Lieferanten zurückverfolgt werden. Die BMW Group kommt den Berichtspflichten für alle Produkte und Dienstleistungen nach. Zum Beispiel werden der Kraftstoffverbrauch und die CO₂-Werte der jeweiligen Fahrzeuge auf den Internetseiten der einzelnen Marken veröffentlicht. → GRI G4-PR3

Unbedenkliche Stoffe einsetzen

Bereits bei der Entwicklung von Produkten bewerten wir die zu verwendenden Stoffe im Hinblick auf ihr Risikopotenzial, um Problemstoffe möglichst von Beginn an auszuschließen. Dadurch stellen wir sicher, dass für jede Phase des Fahrzeug-Lebenszyklus (von der Entwicklung über die Nutzung bis hin zur Verwertung) alle gesetzlichen Vorgaben in Bezug auf Produktsicherheit, Schutz der menschlichen Gesundheit und der Umwelt weltweit eingehalten werden. Hierzu werden nicht nur die strengen Regeln der EU-Gesetzgebung, wie zum Beispiel REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals) herangezogen, sondern auch andere in unseren Produktions- und Vertriebsstandorten geltende Regelungen. Darüber hinaus können beispielsweise Nickelallergiker darauf vertrauen, dass in unseren Fahrzeugen keine freien Nickeloberflächen zu finden sind.



Die BMW Group hält sich bei der Auswahl der Materialien zum Schutz der menschlichen Gesundheit und der Umwelt an alle gesetzlichen Vorgaben.

**Hohe Luftqualität im Innenraum
des Fahrzeugs sicherstellen**

Auf Basis der internen Verpflichtung zu Responsible Care arbeitet die BMW Group zur Bewertung von Innenraumemissionen seit den 1990er-Jahren eng mit unabhängigen Toxikologen zusammen und stellt sicher, dass die abgeleiteten Vorsorgewerte in allen Neufahrzeugen eingehalten werden. Neuere Anforderungen internationaler Standards zu Innenraumemissionen werden auf diese Weise ebenfalls eingehalten und in eigenen Fahrzeuginnenraum-Emissionsprüfständen unter verschiedenen Nutzungsprofilen geprüft. Zu diesem Zweck verpflichtet die BMW Group ihre Bauteillieferanten zur Einhaltung von Bauteil-Emissionszielen, die im Entwicklungsprozess geprüft und freigegeben werden. Zudem sind alle BMW/MINI/Rolls-Royce Fahrzeuge serienmäßig mit Innenraumfiltern ausgestattet. Die gesamte Luft wird dreifach (mechanisch, elektrostatisch und ausstattungsabhängig mit Aktivkohle) gefiltert, bevor sie in den Fahrzeuginnenraum gelangt. Dadurch werden Partikel wie Staub, Pollen sowie Schadstoffe aus der Außenluft nahezu vollständig herausgefiltert.

5.3 COMPLIANCE UND MENSCHENRECHTE

Wir betrachten rechtmäßiges Verhalten sowie die Achtung der Menschenrechte als Grundvoraussetzung für fairen Wettbewerb und die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung. Als internationales Unternehmen mit hochkomplexen Lieferketten ist die BMW Group einem erhöhten Risiko ausgesetzt, direkt oder indirekt mit Rechtsverstößen oder Menschenrechtsverletzungen in Zusammenhang gebracht zu werden. Deshalb behandeln wir rechtmäßiges Handeln und den Schutz der Menschenrechte mit besonderer Priorität und erwarten dies auch von unseren Geschäftspartnern.

Verantwortungsvolles und rechtmäßiges Handeln ist fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur und bildet die Basis für das Vertrauen, das uns Kunden, Aktionäre, Geschäftspartner und die Öffentlichkeit entgegenbringen.

Compliance managen

Um die Vermeidung von Rechts- und Reputationsrisiken systematisch abzusichern, hat der Vorstand bereits im Jahr 2007 ein Compliance Committee eingerichtet. Das BMW Group Compliance Management System wurde seither kontinuierlich weiterentwickelt, im Jahr 2016 insbesondere durch die Einrichtung lokaler Compliance-Funktionen. Diese übernehmen mehr Aufgaben im Compliance-Management und können lokale Risiken identifizieren und berücksichtigen.

Unser aktualisiertes Compliance Management System umfasst ein breites Themenspektrum. Derzeit liegt der Fokus auf Kartellrechts-Compliance, Korruptionsvermeidung und dem Schutz der Menschenrechte.

Umfang und Intensität unserer Compliance-Aktivitäten ergeben sich aus einer konzernweiten Compliance-Risikoanalyse, die jährlich aktualisiert wird und weltweit mehr als 300 Unternehmenseinheiten und -funktionen der BMW Group umfasst. Diese Compliance-Aktivitäten beinhalten Schulungen und Kommunikation, individuelle Beratung, eine konsequente Verfolgung von Compliance-Hinweisen sowie die Steuerung von Compliance-relevanten Prozessen und Kontrollen. Das Compliance Committee führt jährlich mehrere „Compliance Spot Checks“ durch. Basis sind die Top 50 aus der Risikoliste. In diesem Zusammenhang finden gemeinsam mit einem externen Dienstleister Prüfungen hinsichtlich der Einhaltung der rechtlichen Vorgaben statt. → GRI G4-S03

Basis des Compliance-Management-Systems ist der im Jahr 2016 aktualisierte → **BMW Group Verhaltenskodex**, in dem sich der Vorstand der BMW AG zu Compliance als gemeinsamer Aufgabe bekennt. In unserem → **Geschäftsbericht 2016** informieren wir umfassend über unsere Maßnahmen zur Verankerung von verantwortungsvollem und rechtmäßigem Handeln in der gesamten BMW Group.

Mitarbeiter zu Compliance und Menschenrechten schulen

Fairer Wettbewerb ist die Basis für unser unternehmerisches Handeln. Daher legen wir im Rahmen der Weiterentwicklung des Compliance-Management-Systems neben der Korruptionsvermeidung einen Schwerpunkt auf Kartellrechts-Compliance. In Präsenzs Schulungen und Onlinetrainings vermitteln wir unseren Mitarbeitern ein grundlegendes Verständnis für dieses Thema. Die Schulungen sind auf die jeweiligen Unternehmensbereiche zugeschnitten, beispielsweise auf den Bereich Forschung und Entwicklung. Seit 2011 haben ca. 17.000 Führungskräfte und Mitarbeiter eine dieser Schulungen absolviert.

Seit Einführung des BMW Group Compliance Management Systems im Jahr 2008 haben wir weltweit über 32.500 Führungskräfte und Mitarbeiter zu den Grundlagen der Compliance und zur Korruptionsvermeidung geschult. Im Rahmen der Schulung bearbeiten die Teilnehmer konkrete Fallbeispiele zum Thema Corporate Hospitality und Geschenke. Im BMW Group Grundsatz Korruptionsvermeidung wird auf weitere für das Geschäftsmodell der BMW Group relevante Zuwendungsarten eingegangen, zum Beispiel Fahrzeugüberlassung, Sponsoring, Spenden und Mitgliedschaften. Die Trainingsteilnahme ist für alle Führungskräfte der BMW Group verpflichtend. Darüber hinaus steht das Compliance-Training auch sämtlichen anderen Mitarbeitern konzernweit zur Verfügung. → GRI G4-S03, GRI G4-S04

Des Weiteren schulen wir unsere Mitarbeiter zu den konkreten Anforderungen für Unternehmen im Bereich Menschenrechte. Diese Schulungen richten sich insbesondere an Führungskräfte und Fokusgruppen, zum Beispiel im Einkauf. Die Teilnehmer werden darüber informiert, was sie in ihrem täglichen Handeln beachten müssen und an wen sie sich bei Fragen wenden können.

→ Siehe
Kapitel 3.3

Im Berichtsjahr haben 156 Einkäufer ein Präsenztraining zu Nachhaltigkeit absolviert, das auch Menschenrechtsanforderungen umfasst. 53 Einkäufer durchliefen ein spezifisches Training zur Anwendung des Nachhaltigkeitsfragebogens →. Darüber hinaus wurde das Thema Menschenrechte 2016 im Rahmen von Compliance-Präsenztrainings geschult. Im Rahmen der anstehenden Aktualisierung der Compliance-Trainings werden wir dieses Thema auch in das verpflichtende Mitarbeitertraining für alle Führungskräfte aufnehmen. → GRI G4-HR2

Sorgfaltsprozesse für Menschenrechte sicherstellen

Unser Sorgfaltsprozess für Menschenrechte orientiert sich an den → **UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte**. Insbesondere erwarten wir von unseren Mitarbeitern, die Menschenrechte zu respektieren und im täglichen Handeln zu schützen. Gleichmaßen fordern wir von unseren Geschäftspartnern die Achtung der Menschenrechte ein.

Durch die Aufnahme der Menschenrechtsanforderungen in unser weltweites Compliance-Management-System kann die Einhaltung der Menschenrechte verstärkt an allen unseren Standorten durch bestehende Prozesse gesteuert und überwacht werden. → GRI G4-HR9 Die Umsetzung wird auch durch ein Compliance-Management-Handbuch abgesichert.

Einen besonderen Schwerpunkt bildete 2016 die Vorbereitung für die Berichterstattung gemäß dem UK Modern Slavery Act, die 2017 erstmals veröffentlicht wird. Hierzu haben wir die relevanten Lieferanten untersucht, sofern erforderlich, Verbesserungsmaßnahmen initiiert und entsprechende Mitarbeiterschulungen durchgeführt.

Internationale Konventionen und Leitlinien

Als Maßstab für Umwelt- und Sozialkriterien in unserer gesamten Wertschöpfungskette dienen verschiedene international anerkannte Richtlinien. Die BMW Group bekennt sich zu den → **Leitsätzen für multinationale Unternehmen** der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), zu den Inhalten der → **ICC Business Charter for Sustainable Development** und zu der → **Cleaner Production Declaration des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP)**.

Mit Unterzeichnung des → **UN Global Compact** durch den Vorstand der BMW Group im Jahr 2001 und der Verabschiedung der → **Gemeinsamen Erklärung über Menschenrechte und Arbeitsbedingungen in der BMW Group** durch den Vorstand und die Arbeitnehmervertretungen bekennen wir uns zur Achtung der international anerkannten Menschenrechte, insbesondere der Kernarbeitsnormen der → **International Labour Organization (ILO)**. → GRI G4-15, GRI G4-56

Unsere Mitarbeiter haben jederzeit die Möglichkeit, sich mit Fragen zu Menschenrechten an ihre Führungskräfte oder an die Helpline BMW Group Compliance Contact zu wenden. Hinweise auf mögliche Menschenrechtsverstöße im Unternehmen können anonym über die BMW Group SpeakUP Line abgegeben werden. Zudem beinhaltet unser jährlicher Compliance-Fragebogen, der von allen Gesellschaften der BMW Group zu beantworten ist, eine Frage zur lokalen Risikoeinschätzung von möglichen Menschenrechtsverletzungen, deren Beantwortung für die Ableitung weiterer lokaler Maßnahmen zur Risikominimierung herangezogen wird.

Das BMW Group Compliance Committee Office geht Hinweisen von Mitarbeitern nach und leitet bei Bedarf Maßnahmen zur Behebung möglicher Missstände ein.

Auf Hinweise zu möglichen Menschenrechtsverstößen in der Lieferkette reagiert das Supply Chain Response Team →. Im Jahr 2016 ging das Supply Chain Response Team zwei Hinweisen zu potenziellen Menschenrechtsverstößen nach. Diese betrafen die Nichteinhaltung der Vereinigungsfreiheit und Kinderarbeit. Die Fälle werden derzeit noch geprüft und bearbeitet. → GRI G4-HR12

→ Siehe
Kapitel 3.3

Zudem wird im Rahmen des konzernweiten jährlichen Compliance-Berichtslaufs die lokale Risikoeinschätzung von möglichen Menschenrechtsverletzungen abgefragt. Auf dieser Grundlage werden weitere lokale Maßnahmen zur Risikominimierung abgeleitet.

Achtung der Menschenrechte von Geschäftspartnern einfordern

Wir erwarten von unseren Geschäftspartnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette die konsequente Einhaltung der Menschenrechte und sehen darin eine wichtige Voraussetzung für dauerhafte Geschäftsbeziehungen. Die internationalen und arbeitsteiligen Wertschöpfungsprozesse in der Automobilindustrie führen vor allem zu Risiken in der Lieferkette. Hier stellen wir die Einhaltung der Menschenrechte mithilfe unseres Risikomanagement-Prozesses sicher →.

→ Siehe
Kapitel 3.3

Menschenrechtsanforderungen berücksichtigen wir auch bei Investitions- und Standortauswahlentscheidungen. Im Jahr 2016 waren weltweit alle wesentlichen Bestellungen von Sachanlageinvestitionen (unter anderem Produktionsanlagen und Gebäude) durch Menschenrechtsklauseln abgedeckt. → GRI G4-HR1

Neben den internationalen Einkaufsbedingungen beinhalten derzeit alle Händlerverträge im Europäischen Wirtschaftsraum, in Korea, Thailand, Singapur, Malaysia und Indonesien sowie Importeursverträge weltweit eine Klausel zur Achtung der Menschenrechte. Es ist unser Ziel, diese Klauseln sukzessive weltweit bei Händlern zu verankern.

Die Integration von Menschenrechtsklauseln in die Verträge mit Geschäftspartnern sehen wir als wichtigen Schritt zur Verankerung von Menschenrechtsanforderungen in der Wertschöpfungskette und als Indikator für die zunehmende Sensibilisierung unserer Partner.

5.4 WIRTSCHAFTLICHE EFFEKTE

Nachhaltiges Wirtschaften verbindet langfristigen unternehmerischen Erfolg mit gesellschaftlichem Mehrwert. Als global tätiges Unternehmen sieht sich die BMW Group in der Verantwortung, zum wirtschaftlichen Wohlstand in der Gesellschaft beizutragen. Daher streben wir nicht nur eine kontinuierliche Steigerung unserer Wertschöpfung an, sondern leisten auch konkrete Beiträge zur wirtschaftlichen Entwicklung und Lebensqualität an unseren Standorten.

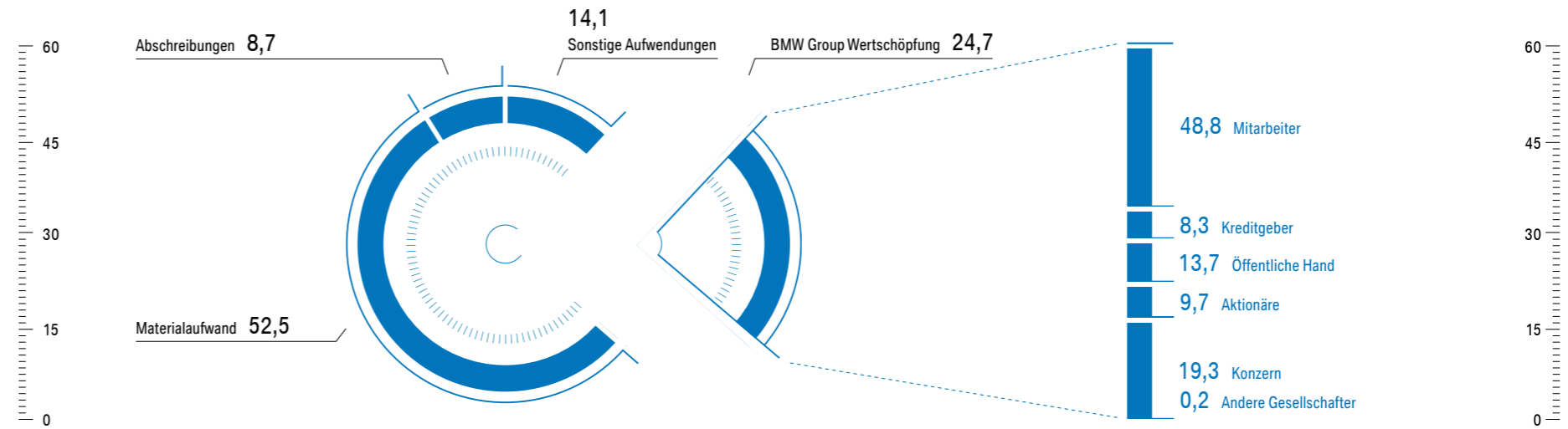
Dauerhaft profitables Wachstum der BMW Group ermöglicht eine angemessene Rendite für Kapitalgeber, attraktive Gehälter für Mitarbeiter genauso wie unseren gesellschaftlichen Beitrag durch Ertragsteuerzahlungen. Dies sind direkte ökonomische Wirkungen, die durch die Berechnung der Nettowertschöpfung beziffert werden. Die Nettowertschöpfung der BMW Group liegt mit 23.623 Mio. € (2015: 22.524 Mio. €) auf einem konstant hohen Niveau. Der größte Anteil unserer Wertschöpfung kommt unseren Mitarbeitern zugute (2016: 48,8 %, 2015: 48,3 %). Der Anteil der Kreditgeber ist gegenüber dem Vorjahr auf 8,3 % gesunken. Für die öffentliche Hand ergibt sich eine Quote von 13,7 % (einschließlich latenter Steueraufwendungen). Die Aktionäre liegen mit einem Anteil an der Nettowertschöpfung von 9,7 % über dem Vorjahresniveau →. → GRI G4-EC1

→ Siehe Tabelle 5.01

BMW Group Wertschöpfung

→ T5.01

in %, Basis: Produktionsmaterial



→ GRI G4-EC1

Durch Wachstum zum Wohlstand beitragen

Aktuell bietet die BMW Group 124.729 Arbeitsplätze (2015: 122.244) und bildet 4.613 junge Menschen an ihren Standorten weltweit aus (2015: 4.700). Unser Einkauf von Vorprodukten sichert zudem weltweit Arbeitsplätze in unseren Lieferketten. Da wir nach Möglichkeit die Hauptkomponenten für die Fahrzeugproduktion lokal beziehen, wirkt sich unsere Geschäftstätigkeit auf die Schaffung von Arbeitsplätzen und die Steigerung des ökonomischen Wohlstands an unseren Standorten aus. → G4-EC8

Durch die Zahlung von Ertragssteuern und indirekt durch die Steuerzahlungen unserer Mitarbeiter und Lieferanten stärken wir den Steuerhaushalt der Regionen, in denen wir tätig sind. Die BMW Group bezahlte im Jahr 2016 insgesamt rund 2.755 Mio. € Ertragssteuern (2015: 2.828 Mio. €).

Lokale Infrastruktur ausbauen

Zudem tragen wir auch direkt zum Ausbau der lokalen Infrastruktur bei. Beispielsweise engagieren wir uns mit ChargeNow weltweit im Ausbau einer öffentlichen Lade-

→ Siehe
Kapitel 2.2

infrastruktur für Elektrofahrzeuge →. Im Zuge der Errichtung neuer Werke bauen wir je nach Bedarf zum Beispiel Straßen und verlegen Elektrizitäts- und Wasserleitungen. Dabei prüfen wir im Rahmen der Werksplanung, welche konkreten Beiträge zur Erfüllung der Bedürfnisse der lokalen Gemeinschaft geleistet werden können. → GRI G4-EC7

Neue Geschäftsfelder eröffnen

Darüber hinaus eröffnet die BMW Group durch Innovationen neue Geschäftsfelder und schafft auf diese Weise weitere Wertschöpfungsketten und zusätzliche Arbeitsplätze. Konkrete Beispiele hierfür sind etwa das Accelerator-Programm URBAN X oder die BMW Startup Garage, weitere Initiativen zu zukunftsweisenden Technologien und urbaner Mobilität → sowie das Joint Venture Encory, das die Wiederverwendung von Kraftfahrzeugteilen fördert →. → GRI G4-EC7, GRI G4-EC8

→ Siehe
Kapitel 2

→ Siehe
Kapitel 3.1

Finanzdaten

→ T5.02

in Mio. €	2012	2013	2014	2015	2016	Veränderung in %
Investitionen	5.240	6.711	6.100	5.890	5.823	-1,1
Umsatzerlöse	76.848	76.059	80.401	92.175	94.163	2,2
Ergebnis vor Finanzergebnis (EBIT)	8.275	7.978	9.118	9.593	9.386	-2,2
Ergebnis vor Steuern	7.803	7.893	8.707	9.224	9.665	4,8
Steuern auf das Ergebnis	2.692	2.564	2.890	2.828	2.755	-2,6
Jahresüberschuss	5.111	5.329	5.817	6.396	6.910	8,0

→ GRI G4-EC1

5.5 STAKEHOLDERENGAGEMENT

Als global tätiges Unternehmen beeinflussen wir durch unsere Produktion und unsere Produkte sowohl die Umwelt als auch vielfältige Stakeholdergruppen. Gleichzeitig bestimmen unsere Stakeholder durch ihre Perspektiven, Entscheidungen und Handlungen maßgeblich unseren Unternehmenserfolg. Daher führt die BMW Group an allen Standorten und in den relevanten Märkten einen kontinuierlichen Dialog mit ihren Stakeholdern.

Im Dialog mit den Anspruchsgruppen wollen wir Vertrauen aufbauen, Positionen verstehen, Trends erkennen und Partnerschaften vertiefen. Das hilft uns, besser zu verstehen, welche nächsten Schritte in den einzelnen Handlungsfeldern erforderlich sind und von uns erwartet werden. Gleichzeitig können wir im gegenseitigen Austausch transparent darstellen, welche Handlungsspielräume wir in sozialen Belangen und Umweltfragen sehen und welche Voraussetzungen bzw. Rahmenbedingungen für uns wichtig sind.

Die Basis für den kontinuierlichen Austausch bildet unsere → **Stakeholderengagement-Policy**. Sie definiert die Ziele des Dialogs, legt die Kriterien zur Identifikation und Priorisierung unserer Stakeholder fest und gibt eine Auswahl geeigneter Dialogformate und Kommunikationsformen vor.

→ GRI G4-25

Mit Anspruchsgruppen regelmäßig und systematisch austauschen

Unsere Tochtergesellschaften, unsere politischen Büros in den Märkten und die Vertreter unserer Werksstandorte tauschen sich regelmäßig mit lokalen Stakeholdern zu standortrelevanten Themen aus. Die Fachbereiche stehen über verschiedene Gremien und Kanäle in direktem Austausch mit relevanten Stakeholdern.

Ein Grundpfeiler des Dialogs ist die kontinuierliche und systematische Identifizierung und Priorisierung der Stakeholder und ihrer Themen. Zu diesem Zweck führen wir ein regelmäßiges „Stakeholder-Mapping“ zu strategisch wichtigen Themen an allen relevanten Standorten durch.

Grundsätzlich ist es unser Ziel, in unseren wichtigsten Absatzregionen in Europa, Asien und Nordamerika jeweils einen Stakeholderdialog pro Jahr zu veranstalten. Bei diesen Dialogveranstaltungen legen wir Themen nach Aktualität fest und suchen immer auch den Vergleich zwischen den Regionen. Im Jahr 2016 führten wir Stakeholderdialoge zum Themenfeld urbane Mobilität in Seattle, Boston, Madrid, Tokio und Barcelona durch. Im kommenden Jahr werden unter anderem wieder die Schlüsselthemen „Digitalisierung“ und „Urbane Mobilität“ auf der Agenda stehen.



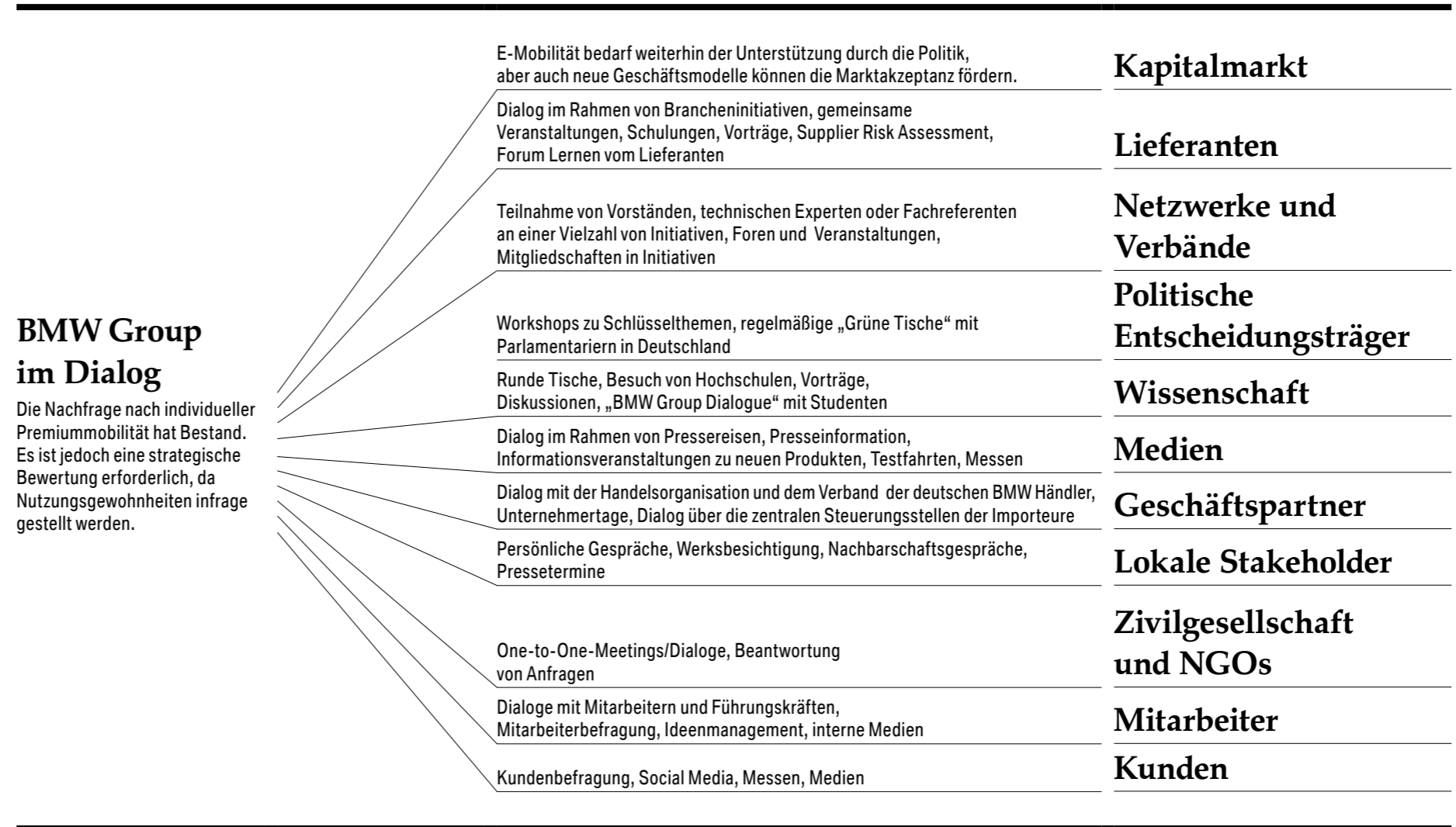
Stakeholderdialog in Madrid zum Thema urbane Mobilität.

Über diese Veranstaltungen hinaus treten wir zu speziellen Themen in den Dialog mit einzelnen Stakeholdern. Beispielsweise gab es im Jahr 2016 wiederholt Anfragen zu Umwelt- und Menschenrechtsthemen in der Lieferkette. Um dem Gesprächsbedarf unserer Stakeholder zu diesen Themen nachzukommen, veranstaltete die BMW Group

zwei Dialogveranstaltungen in Berlin (Juli und Dezember 2016). Hierbei wurden allgemeine Nachhaltigkeitsstandards in der BMW Group Lieferkette vorgestellt sowie vertiefend konkrete Projekte und Maßnahmen hinsichtlich der Rohstoffe Kenaf und Kobalt erörtert.

Stakeholdergruppen und Dialogformen

→ G5.01



→ GRI G4-24, GRI G4-26

- Einführung

- 1 Strategie

- 2 Produkte und Dienstleistungen

- 3 Produktion und Wertschöpfung

- 4 Mitarbeiter und Gesellschaft

- 5 Fundamente

- 5.1 Kundenzufriedenheit
- 5.2 Produktsicherheit
- 5.3 Compliance und Menschenrechte
- 5.4 Wirtschaftliche Effekte
- 5.5 Stakeholderengagement
- 5.6 Verankerung der Nachhaltigkeit

- Weiterführende Kennzahlen

- GRI G4 Content Index

- Anhang

Im Jahr 2016 machten uns vereinzelte Medien und NGOs auf mögliche Menschenrechtsverstöße in unserer Lieferkette aufmerksam. Wie in unseren Prozessen festgelegt, gingen wir diesen Hinweisen mit unserem Ad-hoc-Team innerhalb weniger Tage nach. Wir schrieben die Kritisierenden an und baten um Aufklärung. Bei Zweifeln prüften wir auch intensiver und schickten jemanden vor Ort. In einem konkreten Fall führten die Hinweise unserer Stakeholder dazu, dass wir gemeinsam mit unseren Lieferanten eine Lieferkette neu strukturiert haben, um künftig mögliche Risikopotenziale ausschließen zu können.

Ein Überblick zu den Dialogformen und Stakeholdergruppen der BMW Group findet sich in der Grafik →.

→ Siehe Grafik 5.02

Grundsätzlich gilt für alle unsere Stakeholderdialogformate: Das Feedback unserer Stakeholder fließt in strategische Überlegungen des Unternehmens ein. Umgekehrt lernen die Stakeholder Positionen der BMW Group zu bestimmten Themen kennen und können diese in ihrer täglichen Arbeit berücksichtigen. Ein Überblick zu den Ergebnissen der Stakeholderdialoge im Jahr 2016 findet sich in der Grafik →.

Weiterführende Informationen zu den → **BMW Group Dialogen** werden auf der BMW Group Website veröffentlicht.

→ Siehe Grafik 5.01

Zentrale Stakeholderwahrnehmungen und -empfehlungen

→ G5.02

STAKEHOLDERWAHRNEHMUNGEN

Mehr Unterstützung für BMW E-Mobility und Carsharing durch Integration von Konnektivität und Automatisierung ist möglich, z. B. durch

- Bereitstellen von Echtzeitdaten zu Parkplätzen, Infrastruktur und Verkehrslage
- neue Dienstleistungen für körperlich benachteiligte Gruppen
- Förderung einer stabilen Energieinfrastruktur und Einbindung von Elektrofahrzeugen in bestehende Netze

Gegenwärtiger Trend zu bahnbrechenden Innovationen statt allmählicher Veränderungen. Damit werden systemische Ansätze zur Energiewende attraktiv (Akkus, Laden, Stromerzeugung und -speicherung).

Ansatz zum Carsharing der BMW Group wird noch nicht vollständig verstanden.

- Für weniger Autos eintreten, obwohl man Autos verkaufen möchte?
- Premium wird immer noch mit Exklusivität des Besitzes assoziiert
- Markenrelevanz wird bei Sharing-Programmen niedriger bewertet

Einige Mitbewerber haben kein „traditionelles Automobilgeschäft“ und können somit ihre Ressourcen auf F&E und Marketing konzentrieren und eine verstärkte Marketingstrategie verfolgen.

Vernetzte und autonome Fahrzeuge könnten eine Herausforderung für Marken-DNA und Kernkompetenzen der BMW Group darstellen.

- Was sind die neuen Geschäftsmodelle für die BMW Group?
- Wie werden organisatorische Veränderungen gehandhabt?

STAKEHOLDEREMPFEHLUNGEN

Erhöhung der Verfügbarkeit von Carsharing-Angeboten durch Prämienprogramme, z. B.

- Gamification und Kundenbindungsprogramme
- flexible Preisgestaltung, um Anreize zu schaffen, z. B. zur Bildung von Fahrgemeinschaften und zum Teilen privater Parkplätze

Stärkere Betonung des Autos als privater Raum, z. B. durch

- Innenausstattung nach Maß
- zusätzliche Unterhaltungselektronik
- Gewährleistung der Vertraulichkeit privater Kommunikation
- Entwicklung neuer Ideen für stationäre Nutzung

Förderung der Integration von Fahrzeugen ins Netz zur Förderung dezentraler Energiesysteme, die

- die Ausfallsicherheit fördern
- die Energiewende durch Speicherung und Laden in beide Richtungen beschleunigen
- außerdem zusätzliche Optionen zur Reduzierung der TCO (Total Cost of Ownership, Gesamtbetriebskosten) für Elektrofahrzeuge schaffen

Erhöhung der digitalen Verfügbarkeit von Fahrzeugen und Dienstleistungen auf innovativen digitalen Marktplattformen (eigene, von Partnern, externe)

Carsharing als Einführungsplattform für Premium-/hoch entwickelte Technologie, z. B. in Bezug auf Elektrifizierung und Konnektivität

Premium-Datensicherheit, d. h. Vertrauen in verantwortungsvollen Umgang mit den Daten, volle Kontrolle über Datenschutzeinstellungen und Prämiensysteme bezüglich der Weitergabe von Daten, könnte ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal für BMW werden.

Dialog mit Investoren führen

Der regelmäßige und intensive Dialog mit dem Kapitalmarkt hat für die BMW Group seit jeher einen hohen Stellenwert. Zunehmend achten Investoren in ihrer Anlageentscheidung darauf, in welcher Weise die BMW Group Aspekte wie Umwelt, Gesellschaft und Corporate Governance in ihr Geschäftsmodell, in Produkte und Aktivitäten integriert. Das gilt insbesondere für langfristig orientierte institutionelle Anleger.

Auch 2016 haben wir den Kontakt zu nachhaltigkeitsorientierten Investoren und Analysten gepflegt und weiter ausgebaut. Im Rahmen von Einzel- und Gruppengesprächen auf sogenannten SRI-Roadshows und -Konferenzen (SRI, Socially Responsible Investment) in den Finanzzentren Europas und der USA informierten wir über die aktuellen Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit sowie die Fokusthemen unserer Strategie NUMBER ONE > NEXT. Erneut haben wir zudem im Rahmen einer „Perception Study“ Investoren zu ihrer Wahrnehmung der Nachhaltigkeitsfinanzkommunikation befragt und die Erkenntnisse in die Weiterentwicklung unserer SRI-Kommunikation einfließen lassen.



Die BMW Group im Dialog mit Entscheidungsträgern zum Thema Nachhaltigkeit.

Dialog mit politischen Entscheidungsträgern führen

Durch den regelmäßigen, aktiven und offenen Dialog mit politischen Entscheidern, Vertretern von Gewerkschaften, Verbänden und Nichtregierungsorganisationen gestalten wir die politischen Rahmenbedingungen unserer Geschäftstätigkeit konstruktiv und transparent mit. Wir bringen unsere Kompetenz ein, um für alle Beteiligten einen fairen Wettbewerb zu fördern und nachhaltige Lösungen zu finden. Dies verstehen wir als wichtigen Teil unserer Unternehmensverantwortung.

Unsere politischen Büros nehmen die Kommunikation zu umwelt-, finanz- oder sozialpolitischen Themen wahr und kümmern sich um relevante wirtschaftspolitische und industriespezifische Fragestellungen. Zentrale Debatten in der Berichtsperiode betrafen die Praktikabilität einer Emissionsregulierung, den Umgang mit Handelsbarrieren, eine faire Steuergesetzgebung, die Veränderungen durch die Digitalisierung, die Herausforderungen urbaner Mobilität sowie die internationalen Regularien zur Emissionsmessung.

Wir nehmen öffentlich Stellung und berichten über unsere Positionen zu wichtigen politischen Entwicklungen und Gesetzesinitiativen.

Ansätze zur Förderung der Kreislaufwirtschaft und Lebenszyklusperspektive

Wir treten in Dialog mit politischen Entscheidungsträgern zum Thema Kreislaufwirtschaft und Lebenszyklusmanagement. Zum Beispiel waren wir bei der G7-Konferenz der US-Umweltbehörde EPA (United States Environmental Protection Agency) vertreten. Auf der Konferenz ging es um die Anwendung von Lebenszyklusansätzen, um die Ressourceneffizienz zu steigern.

Position zur Umsetzung der EU-Richtlinie CSR-Berichtspflicht in Deutschland

Auf der Ebene der Europäischen Union wurde bereits 2014 eine Richtlinie zur CSR-Berichterstattung beschlossen, die bis Ende 2016 in nationales Recht umzusetzen war. Mit leichter Verzögerung soll das Gesetz vom Bundestag nun Anfang 2017 beschlossen und veröffentlicht werden. Wirksam wird die Berichtspflicht damit erstmals für das Geschäftsjahr 2017. Die betroffenen Unternehmen müssen in ihrem Lagebericht oder einem separaten Nachhaltigkeitsbericht unter anderem nicht finanzielle Informationen zu Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, ihrer Achtung der Menschenrechte, der Bekämpfung von Korruption und Bestechung sowie der Chancengleichheit durch ein Diversitätskonzept offenlegen.

Die BMW Group als langjähriger Berichterstatter nach GRI G4 Comprehensive ist zuversichtlich, die kommenden Berichtspflichten ohne große Änderungen im jährlichen Erstellungsprozess zu erfüllen. Die BMW Group unterstützt die neue Gesetzgebung, wenn sie in der operativen Auslegung zu mehr Klarheit und Orientierung bei der Berichterstellung führt.

Zur Emissionsregulierung Position beziehen

Die gesetzlichen Emissionsregulierungen für Kraftfahrzeuge werden weltweit immer weiter verschärft. Damit steht die Automobilindustrie vor neuen Herausforderungen. Die BMW Group hat durch die Efficient Dynamics Strategie bereits im Jahr 2000 frühzeitig die Weichen für die Reduzierung von Kraftstoffverbrauch sowie CO₂- und Schadstoffemissionen gestellt. Für eine weitere Absenkung ist die Elektromobilität wesentlich.

Zur erfolgreichen Einführung neuer Technologien haben sich förderliche Rahmenbedingungen bewährt. Im Dialog mit den politischen Stakeholdern in den Hauptmärkten sind für die BMW Group dabei folgende Themen zentral:

- Förderung von Elektromobilität
- Vermeidung von Verzerrungen nach Segmenten
- Unterstützung neuer Effizienztechnologien
- Realitätsgerechte Beziehungen von Zielwerten und Messverfahren
- Konsistenz der angebots- und nachfrageseitigen Politikmaßnahmen

Wir würden es begrüßen, wenn in allen Märkten ähnlich wirksame Fördermaßnahmen für Elektromobilität ergriffen würden wie beispielsweise in Japan, China und Kalifornien (für weitere Informationen →).

→ Siehe
Kapitel 2.1
und 2.2

Transatlantisches Freihandelsabkommen vorantreiben

Als global agierendes Unternehmen befürwortet die BMW Group schon immer die weitere Öffnung von weltweiten Märkten sowie den sukzessiven Abbau von tarifären und nicht tarifären Handelshemmnissen. Die BMW Group fertigt Fahrzeuge weltweit, nutzt den globalen Einkaufsmarkt und ist überzeugt, dass Freihandel ein wichtiger Bestandteil einer nachhaltigen Wachstums- und Beschäftigungspolitik darstellt.

Trotz der zunehmenden Globalisierung ist die Handelspolitik seit einigen Jahren wieder stärker durch Protektionismus geprägt. Markteintrittsbarrieren sind in vielen Weltregionen auf dem Vormarsch. Wo tarifäre Handelsbarrieren abgeschafft sind, werden sie nicht selten durch nichttarifäre Hürden ersetzt.

Die aktuellen Entwicklungen mit Blick auf den geplanten Austritt des Vereinigten Königreichs aus der Europäischen Union sowie die handelspolitischen Diskussionen, die vor dem Hintergrund der neuen Administration in den USA entstehen, verstärken eine schon länger bestehende globale Tendenz in Richtung Abschottung und Desintegration.

Die BMW Group verfolgt auch bei ihren Investitionsentscheidungen einen nachhaltigen Ansatz. Langfristig getroffene Investitionsentscheidungen wurden sorgfältig geprüft und sind Ergebnis strategischer Planungsprozesse. Gerade in Ländern wie dem Vereinigten Königreich und den USA, in denen neue handelspolitische Veränderungen diskutiert werden, sind wir ein fest in die lokale Wirtschaft und Gesellschaft verankerter lokaler Partner und wollen dies bleiben. Unser zukünftiges Engagement in Mexiko ist ebenso mehr als eine reine Investitionsentscheidung, sondern bedeutet auch, durch die dort entstehenden Arbeitsplätze und unser soziales und interkulturelles Engagement Verantwortung übernehmen zu wollen.

Die BMW Group hofft deshalb, dass ihre nachhaltige weltweite Investitions- und Absatzplanung durch verantwortungsvolle Politik flankiert wird, die die Wachstums-, Wohlstands- und Beschäftigungseffekte offener Märkte und internationaler Integration im Blick behält.

Demokratische Parteien unterstützen

Die BMW Group unterstützt die gesellschaftspolitische Arbeit demokratischer Parteien in Deutschland (CDU, CSU, SPD, FDP und Bündnis 90/Die Grünen). Sie legt dabei strengsten Wert auf Transparenz und handelt entsprechend den gesetzlichen Vorgaben. Seit dem Jahr 2014 unterstützt die BMW Group die Arbeit von Parteien in Deutschland nur noch durch themenbezogene Kooperationen, zum Beispiel durch die finanzielle Unterstützung öffentlicher Diskussionsforen und Dialogformate. Alle Kooperationen unterliegen dabei den Sponsoring-Regelungen der BMW Group.

5.6 VERANKERUNG DER NACHHALTIGKEIT

Die BMW Group handelt nach den Prinzipien verantwortungsvoller, an nachhaltiger Wertschöpfung orientierter Unternehmensführung in allen Bereichen des Unternehmens. Zur Einhaltung der Prinzipien wurden klare Verantwortlichkeiten im Steuerungssystem der BMW Group definiert und mit Richtlinien sowie Kontroll- und Anreizsystemen verankert.

Der Vorstand leitet die BMW Group in eigener Verantwortung und im Unternehmensinteresse mit dem Ziel nachhaltiger Wertschöpfung. Er legt die strategische Ausrichtung des Unternehmens fest und setzt sie um. Der Vorstand sorgt darüber hinaus für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und der unternehmensinternen Richtlinien sowie für ein angemessenes Risikomanagement und -controlling. Dabei wird er im Rahmen des dualen Führungssystems vom Aufsichtsrat überwacht und beraten. → GRI G4-34, GRI G4-39

Nachhaltigkeit ist Teil unserer Unternehmensstrategie. Aus diesem Grund ist die Hauptabteilung Nachhaltigkeit und Umweltschutz seit 2007 direkt im Bereich Konzernplanung und Produktstrategie im Ressort des Vorstandsvorsitzenden angesiedelt. Die Einheit ist für die Nachhaltigkeitsstrategie und das weltweite Nachhaltigkeitsmanagement verantwortlich. Sie nimmt unter anderem die folgenden Aufgaben wahr:

- Identifikation von Herausforderungen und Chancen des nachhaltigen Wirtschaftens
- Entwicklung und Überwachung von Nachhaltigkeitszielen
- Weiterentwicklung, Konkretisierung sowie Verankerung von Nachhaltigkeit in den einzelnen Ressorts unter Berücksichtigung der gesamten Wertschöpfungskette
- Sicherstellung des Zusammenwirkens aller mit Nachhaltigkeit befassten Abteilungen im Unternehmen
- Konzernfunktion für Umweltschutz (Konzernbeauftragter) und Steuerung des Umweltschutznetzwerks
- Leitung von weltweit operierenden Kompetenzzentren für verschiedene Umweltthemen

Nachhaltigkeit steuern

Die langfristige Ausrichtung auf die nachhaltigkeitspezifischen Handlungsfelder der Strategie NUMBER ONE > NEXT wird im Nachhaltigkeitsboard festgelegt. Ihm gehören alle Mitglieder des Konzernvorstands und die Leiter Nachhaltigkeit und Umweltschutz sowie Konzernkommunikation an. → GRI G4-34 Das Nachhaltigkeitsboard tagt mindestens einmal jährlich und überprüft dabei auch die wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Fortschritte des Unternehmens. Insbesondere wird der Integrationsstand von Nachhaltigkeit in den Ressorts ermittelt. → GRI G4-47 Der Nachhaltigkeitskreis, der mindestens zweimal im Jahr tagt und sich aus Bereichsleitern der Unternehmensressorts zusammensetzt, bereitet die Entscheidungen für das Nachhaltigkeitsboard vor. Aufgrund der zunehmenden Relevanz des Themas Nachhaltigkeit für das Kerngeschäft wurde der Nachhaltigkeitskreis in den Strategiekreis integriert. Diese Integration stellt einen konsequenten nächsten Schritt dar, um nachhaltiges Wirtschaften umfassend im Geschäftsmodell zu etablieren →. → GRI G4-35, GRI G4-36, GRI G4-42, GRI G4-43 Die Grundsätze der Unternehmensführung der BMW Group werden auch im → **Corporate Governance Kodex** dargelegt.

→ Siehe
Grafik 5.03

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

5.1 Kundenzufriedenheit

5.2 Produktsicherheit

5.3 Compliance
und Menschenrechte

5.4 Wirtschaftliche Effekte

5.5 Stakeholderengagement

→ 5.6 Verankerung
der Nachhaltigkeit

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

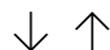
Anhang

Organisation von Nachhaltigkeit in der BMW Group

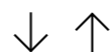
→ G5.03

Nachhaltigkeitsboard

Bestehend aus dem Gesamtvorstand
Vorsitz: Vorstandsvorsitzender
Verantwortlich für die strategische Ausrichtung

**Nachhaltigkeitskreis im Strategiekreis**

Bestehend aus Bereichsleitern der Ressorts
Verantwortlich für die Entscheidungsvorbereitung

**Fachbereiche**

Setzen die Nachhaltigkeitsziele durch
entsprechende Maßnahmen und Prozesse um

Nachhaltigkeit als Konzernziel verankern

Seit 2009 ist Nachhaltigkeit als strategischer Anspruch in der BMW Group verankert und mit Zielen und Messgrößen „top down“ über alle Unternehmensebenen integriert. Nachhaltigkeit ist damit explizit Bestandteil des BMW Group Steuerungssystems. Das bedeutet zum einen, dass jedes wesentliche Thema und Projekt sich auch am Konzernziel Nachhaltigkeit messen lassen muss. Dadurch stellen wir sicher, dass wir in Entscheidungsprozessen neben ökonomischen auch ökologische und soziale Faktoren berücksichtigen.

Zum anderen wird das Konzernziel Nachhaltigkeit auf Geschäftsfeldebene und auf die Ebene der Ressorts heruntergebrochen. Das hat unter anderem zur Folge, dass die persönlichen Zielvereinbarungen der verantwortlichen Führungskräfte Nachhaltigkeitsaspekte und -kriterien zur Festlegung der leistungsabhängigen Vergütung enthalten.

Nachhaltigen Geschäftserfolg honorieren

Die Festlegung der Vorstandsvergütungen erfolgt durch den Aufsichtsrat und ist an einer nachhaltigen Entwicklung der BMW Group ausgerichtet. So beinhaltet die Tantieme einen Leistungsanteil, der sich vorwiegend an qualitativen Kriterien orientiert. Dazu zählen ökologische Innovationen, die zum Beispiel zur Reduzierung von CO₂-Emissionen beitragen, aber auch Kundenorientierung, Führungsleistung und die Fähigkeit, Veränderungsprozesse zu leiten.

Weitere Maßstäbe für den Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung sowie zur Zukunftsfähigkeit des Unternehmens sind das Engagement für die Attraktivität als Arbeitgeber, Fortschritte bei der Umsetzung des Diversity-Konzepts, die dem Aufsichtsrat in einen Bericht dargestellt werden, sowie Aktivitäten, die das gesellschaftliche Engagement der BMW Group vorantreiben → **Vergütungsbericht im Geschäftsbericht 2016**. → GRI G4-43, GRI G4-44, GRI G4-51

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

→ Weiterführende
Kennzahlen

Strategie

Produkte
und Dienstleistungen

Produktion
und Wertschöpfung

Mitarbeiter
und Gesellschaft

Fundamente

GRI G4 Content Index

Anhang

WEITERFÜHRENDE KENNZAHLEN

Weiterführende
Kennzahlen

→ Strategie

Produkte
und DienstleistungenProduktion
und WertschöpfungMitarbeiter
und Gesellschaft

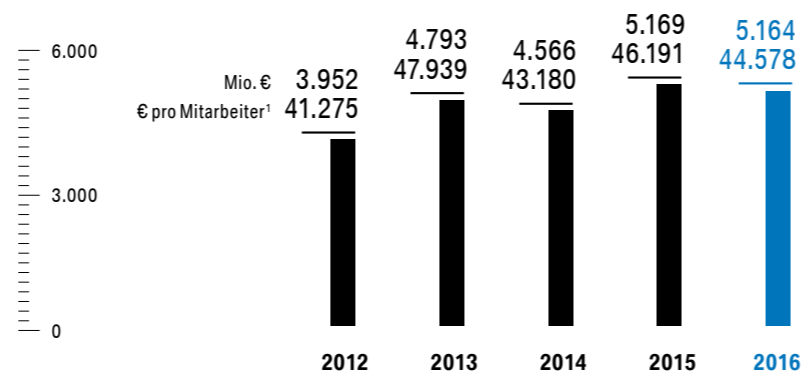
Fundamente

Weiterführende Kennzahlen: Strategie

Forschungs- und Entwicklungsleistungen

→ T 1.01

in Mio. € und in € pro Mitarbeiter



¹ Als Bezugsgröße wurde die durchschnittliche Zahl der während des Geschäftsjahres beschäftigten Arbeitnehmer (ohne Auszubildende und Praktikanten) gewählt.

Im Berichtsjahr lagen die Forschungs- und Entwicklungsleistungen vor allem für Projekte zur Zukunftssicherung mit 5.164 Mio. € auf dem Niveau wie im Vorjahr (2015: 5.169 Mio. €). Das Verhältnis zu den Umsatzerlösen lag mit 5,5 % (2015: 5,6 %) nahezu unverändert auf dem Niveau des Vorjahres.

Weiterführende Kennzahlen

Strategie

→ Produkte und Dienstleistungen

Produktion und Wertschöpfung

Mitarbeiter und Gesellschaft

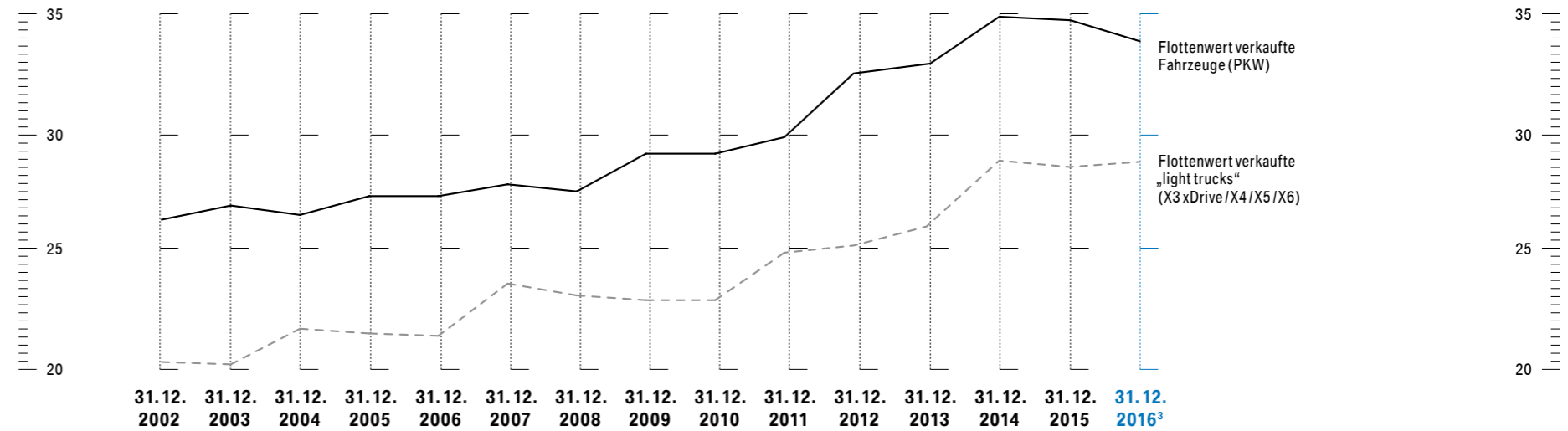
Fundamente

Weiterführende Kennzahlen: Produkte und Dienstleistungen

Flottenverbrauch der in den USA verkauften Fahrzeuge der BMW Group (CAFE-Werte¹)

→ T2.03

in mpg²



¹ CAFE: Corporate Average Fuel Economy

² mpg: miles per gallon

³ BMW Group Forecast, noch nicht durch die National Highway Traffic Safety Administration NHTSA offiziell bestätigt

Die Efficient Dynamics Strategie der BMW Group zielt darauf ab, Technologien zur Verbrauchsreduktion schnellstmöglich allen Kunden weltweit zugänglich zu machen. So sind die Efficient Dynamics Maßnahmen Teil der Serienausstattung. Der leichte Rückgang begründet sich wesentlich mit den gesunkenen Kraftstoffpreisen und den damit zusammenhängenden Veränderungen in der Kundennachfrage hin zu größeren Modellen bzw. höheren Motorisierungen.

→ GRI G4-EN27

**Weiterführende
Kennzahlen**

Strategie

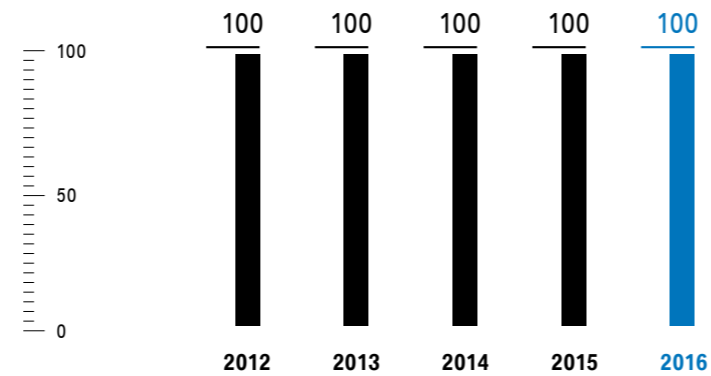
Produkte
und Dienstleistungen→ Produktion
und WertschöpfungMitarbeiter
und Gesellschaft

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen: Produktion und Wertschöpfung**Abdeckungsgrad der Produktionsstandorte
mit Qualitätsmanagementsystem**

→ T3.10

in % der Belegschaft der Produktionsstandorte



Energieverbrauch im Detail

→ T3.11

in MWh	2012	2013	2014	2015 ¹	2016 ¹
ENERGIEVERBRAUCH GESAMT (OBERER HEIZWERT BEI FOSSILEN ENERGIETRÄGERN)					
Energieverbrauch gesamt	4.549.788	4.721.174	4.867.094	5.479.002	5.783.841
davon Fahrzeugproduktion	4.549.788	4.721.174	4.867.094	5.054.722	5.328.856
davon Motorradwerk Berlin/DE	—	—	—	80.535	85.559
davon Zentralfunktionen, Entwicklung und Verwaltung München/DE	—	—	—	343.745	369.426
ENERGIEVERBRAUCH IM DETAIL (OBERER HEIZWERT BEI FOSSILEN ENERGIETRÄGERN)					
Strom (fremd)	1.790.534	1.910.065	2.141.222	2.485.881	2.584.570
Fernwärme	249.123	316.532	281.216	366.593	381.340
Fernkälte in MWh	—	—	—	1.002	1.084
FOSSILE ENERGIETRÄGER					
Heizöl	12.622	14.023	7.459	4.667	3.522
Erdgas	2.169.059	2.165.362	2.198.202	2.393.723	2.575.089
davon KWK-Verluste	210.514	191.840	210.740	214.569	245.899
NICHT FOSSILE ENERGIETRÄGER					
Biogas (Deponiegas)	328.450	315.192	238.654	226.146	237.446
davon KWK-Verluste	103.422	94.486	73.638	98.670	108.536
Holzpellets	—	—	—	430	220
REGENERATIVE ENERGIETRÄGER					
Sonnenenergie (Fotovoltaik)	114	142	341	559	570

¹ Zur weiteren Steigerung der Transparenz wurden 2015 die Energieverbräuche der Zentralfunktionen, Entwicklung und Verwaltung in München/DE sowie des Motorradwerks in Berlin/DE aufgenommen.

Im Jahr 2016 stieg der Energieverbrauch unserer Fahrzeugproduktion mit 2,21 MWh pro produziertes Fahrzeug gegenüber dem Vorjahr leicht an (2015: 2,19 MWh). Dies ist wesentlich auf den Anlauf des neuen Motorenwerks in Shenyang, China, und den Aufbau einer neuen, effizienteren Lackieranlage in München, die einen Parallelbetrieb von zwei Lackierereien erforderlich machte, zurückzuführen.

→ GRI G4-EN3

Umweltzertifizierungen der BMW Group Produktionsstandorte

→ T3.12

Produktionsstandort	Umweltmanagementsystem	Datum der letzten ISO-14001-Zertifizierung
Werk Berlin, DE	ISO 14001/EMAS	Januar 2015
Werk Dingolfing, DE	ISO 14001/EMAS	Januar 2015
Werk Eisenach, DE	ISO 14001/EMAS	Januar 2015
Werk Goodwood, UK	ISO 14001	Januar 2015
Werk Hams Hall, UK	ISO 14001	Januar 2015
Werk Landshut, DE	ISO 14001/EMAS	Januar 2015
Werk Leipzig, DE	ISO 14001/EMAS	Januar 2015
Werk München, DE	ISO 14001/EMAS	Januar 2015
Werk Oxford, UK	ISO 14001	Januar 2015
Werk Regensburg, DE	ISO 14001/EMAS	Januar 2015
Werk Rosslyn, ZA	ISO 14001	Januar 2015
Werk Spartanburg, US	ISO 14001	Januar 2015
Werk Steyr, AT	ISO 14001/EMAS	Januar 2015
Werk Swindon, UK	ISO 14001	Januar 2015
Werk Wackersdorf, DE	ISO 14001/EMAS	Januar 2015
Fertigung Araquari, BR	ISO 14001	November 2016
Fertigung Chennai, IN	ISO 14001	Januar 2015
Fertigung Jakarta, ID (Fremdfertigung)	ISO 14001	Mai 2016
Fertigung Kairo, EG (Fremdfertigung)	ISO 14001	Oktober 2014
Fertigung Kaliningrad, RU (Fremdfertigung)	ISO 14001	August 2014
Fertigung Kulim, MY (Fremdfertigung)	ISO 14001	November 2016
Fertigung Manaus, BR (Fremdfertigung)	Nationaler Standard ¹	Umgesetzt
Fertigung Rayong, TH	ISO 14001	Januar 2015
BMW Brilliance Automotive, Shenyang, CN (Joint Venture)	ISO 14001	Dezember 2015
SGL Automotive Moses Lake, US (Joint Venture)	ISO 14001	März 2015
SGL Automotive Wackersdorf, DE (Joint Venture)	ISO 14001	März 2015
Magna Steyr Fahrzeugtechnik Graz, AT (Auftragsfertigung)	ISO 14001/EMAS	Juli 2015
TVS Motor Company Hosur, IN (Auftragsfertigung)	Nationaler Standard ¹	Umgesetzt
VDL Nedcar, Born, NL (Auftragsfertigung)	ISO 14001	Oktober 2014

¹ Erfüllung der gesetzlichen Vorgaben

Umweltmanagementsysteme sind an nahezu allen Produktionsstandorten der BMW Group weltweit sowie in den zentralen Planungsabteilungen etabliert. Bis auf die Standorte Manaus/BR und Hosur/IN sind die Systeme nach der ISO-Norm 14001 zertifiziert, die deutschen und österreichischen Werke zusätzlich nach dem europäischen Umweltmanagementstandard EMAS von externen Prüfern validiert. Der Standort Araquari/BR wurde im November 2016 nach ISO 14001 zertifiziert.

Weiterführende Kennzahlen

Strategie

Produkte und Dienstleistungen

→ Produktion und Wertschöpfung

Mitarbeiter und Gesellschaft

Fundamente

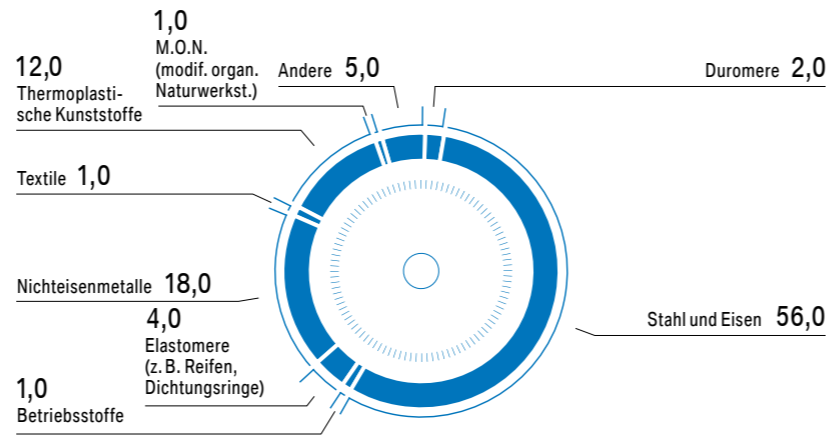
GRI G4 Content Index

Anhang

Durchschnittliche Verteilung der Materialien in Fahrzeugen der BMW Group¹

→ T3.13

in %

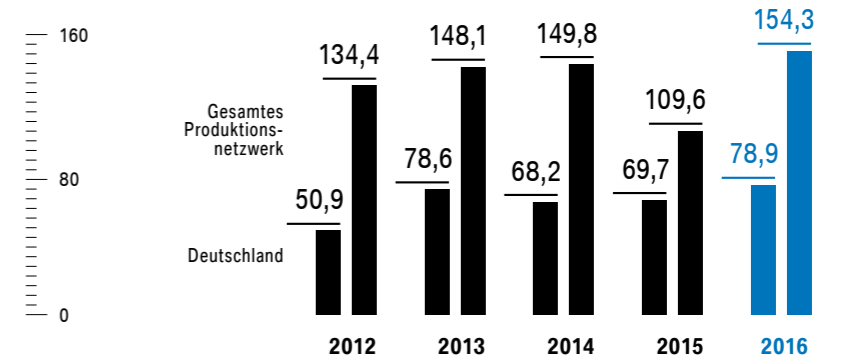


¹ Berechnung repräsentativer Fahrzeuge enthält: BMW 1er, BMW 3er, BMW 5er, BMW 7er, BMW X1, BMW X5, MINI Hatchback, MINI Countryman, RR, i3, i8.

Umweltschutzinvestitionen¹

→ T3.14

in Mio. €



¹ Berechnung der integrierten Umweltschutzinvestitionen der BMW Group Produktionsstandorte gemäß VDA-Schlüssel

Die Umweltschutzinvestitionen der BMW Group im Berichtsjahr sind mit insgesamt 154 Mio. € im Vergleich zu 2015 (2015: 109 Mio. €) deutlich gestiegen. Dies resultiert vor allem aus den Investitionen in neue Lackierereien. Darüber hinaus war eine Folge unseres Umweltmanagements, dass es im Berichtsjahr im gesamten Produktionsnetzwerk keine signifikanten Umweltvorfälle gab. Insbesondere mussten keine Strafzahlungen geleistet werden.

Input-Output-Bilanz 2016 der BMW Group Automobilproduktion

→ T3.15

INPUT

Rohstoffe¹

Stahl	2.298.838 t
Kunststoff ²	555.589 t
Aluminium	627.982 t
Magnesium	6.790 t
Betriebsstoffe ³	68.718 t
Wasser ⁴	5.017.816 m ³
Energie ⁴	5.328.856 MWh

OUTPUT

Fahrzeuge

Produzierte Automobile BMW Group ⁵	2.186.363
Produzierte Automobile Partnerwerke und Auftragsfertigung	173.393
Abfall gesamt ⁴	762.924 t
davon recyclingfähig	754.486 t
davon zur Beseitigung	7.951 t
Abwasser gesamt ⁴	3.312.562 m ³
CO ₂ -Emissionen ^{4,6}	1.254.961 t
Flüchtige org. Lösungsmittel (VOC) ^{4,5}	2.522 t
NO _x ^{4,5}	599 t
CO ^{4,5}	425 t
SO ₂ ^{4,5}	8 t
Partikel, Staub ^{4,5}	59 t

¹ Aufgrund eines abweichenden Berichtsumfanges für das interne Reporting ist die Angabe exklusive BMW Brilliance (China), aber inklusive Magna Steyr/AT.

² Bauteilgewichte

³ Produktseitige Betriebsstoffe (u. a. Motor- und Getriebeöl, Brems- und Kühflüssigkeit, Kältemittel, Kraftstoffe für die Serienbetankung). Aufgrund der Datenerhebung über das zentrale Einkaufssystem ist die Angabe exklusive BMW Brilliance (China) und Magna Steyr/AT.

⁴ inkl. BMW Brilliance (China), exklusive Auftragsfertigung

⁵ BMW Group Messungen/Erfassung sowie Berechnung aus den Energieverbräuchen (primär Heizöl und Gas) mithilfe der VDA-Emissionsfaktoren

⁶ berechnet mit aktualisierten Emissionsfaktoren

Die Anzahl produzierter Fahrzeuge steigt im Berichtsjahr erneut um +3,5 % an. Auf der Input-Seite setzt sich im Vergleich zu 2015 aufgrund von Leichtbaumaßnahmen die Verschiebung von Stahl zu Aluminium fort. So verzeichnet Aluminium ein Wachstum von 7,7 % (Stahl: -5,0 %). Weiterhin konnten im Berichtsjahr die Effizienzkennzahlen Energie-/Wasserverbrauch, Prozessabwasser, Abfall zur Beseitigung, VOC- sowie CO₂-Emissionen pro Fahrzeug verglichen mit 2015 im Durchschnitt um 4,9 % verbessert werden.

→ GRI G4-EN1, GRI G4-EN3, GRI G4-EN8, GRI G4-EN15, GRI G4-EN21, GRI G4-EN22, GRI G4-EN23

Wasserverbrauch¹

→ T3.16

	2012	2013	2014	2015	2016
Wasserverbrauch in m ³	3.910.923	4.105.937	4.434.595	4.819.684	5.017.816
davon Trinkwasser in %	88	86	87	86	87,1
davon Grundwasser in %	12	14	13	14	12,5
davon Oberflächenwasser in %	0	0	0	0	0,5
davon Regenwasser in %	0	0	0	0	0

¹ Die Kennzahlen beziehen sich auf die Produktionsstandorte der BMW Group inkl. Joint Venture BMW Brilliance Automotive Ltd., Shenyang/CN.

Im Berichtszeitraum gab es keine Entnahmen aus empfindlichen Gewässern (Wasser aus Naturschutzgebieten) und sie sind auch in Zukunft nicht vorgesehen.

→ GRI G4-EN8

Abwasser¹

→ T3.17

	2012	2013	2014	2015	2016
Abwasser gesamt in m ³	2.535.980	2.825.825	2.965.615	3.108.587	3.312.562
davon Prozessabwasser in m ³	896.137	882.978	949.601	960.234	944.008
davon Sanitärabwasser in m ³	1.639.843	1.942.847	2.016.015	2.148.353	2.368.554
Summe Schwermetalle und Schwermetallverbindungen in kg	474	465	492	502	742
CSB ² in kg	1.617.183	1.770.577	2.081.473	2.152.073	2.085.398
AOX ³ in kg	77	79	74	87	131

¹ Die Kennzahl „Prozessabwasser“ wird nach der Abwasserbehandlung in den Werken der BMW Group gemessen (inkl. Joint Venture BMW Brilliance Automotive Ltd., Shenyang/CN). Zusammen mit dem Abwasser aus dem Sanitärbereich der Werksstandorte ergibt sich der Wert Abwasser gesamt. Unter anderem durch Verdunstungen entspricht der Wasser-Input nicht dem Abwasser gesamt.

² CSB = chemischer Sauerstoffbedarf

³ AOX = adsorbierbare organische Halogenverbindungen im Wasser

Generell sollen ins Abwasser nur so viele Stoffe eingebracht werden, wie die natürlichen Abbauprozesse bewältigen können. Für sämtliche Produktionsstätten gelten BMW spezifische Abwassernormen, die zum Teil deutlich über die vor Ort gültigen Regularien hinausgehen. Der deutliche Anstieg der AOX sowie der Summe aller Schwermetalle und Schwermetallverbindungen im Jahr 2016 ist auf punktuelle Prozessschwierigkeiten zurückzuführen.

→ GRI G4-EN22

Abfallzahlen¹

→ T3.18

in t	2012	2013	2014	2015	2016
Abfall gesamt	664.752	680.299	727.079	754.747	762.924
Gefährlicher Abfall zur Verwertung	19.979	21.884	28.503	31.099	30.855
Gefährlicher Abfall zur Beseitigung	8.127	7.668	7.439	5.483	4.219
Nicht gefährlicher Abfall zur Verwertung	633.394	647.725	688.237	714.887	723.632
Nicht gefährlicher Abfall zur Beseitigung	3.252	3.022	2.900	3.278	3.732
Abfall zur Verwertung	653.373	669.609	716.740	745.986	754.486
Metalle zum Recycling (Schrott)	494.894	500.589	525.812	569.959	569.841
Abfall zur Beseitigung	11.379	10.690	10.339	8.761	7.951

¹ Die Kennzahlen beziehen sich auf die Produktionsstandorte der BMW Group inkl. Joint Venture BMW Brilliance Automotive Ltd., Shenyang/CN.

2016 konnte der Abfall zur Beseitigung auf 7.951 t reduziert werden (2015: 8.761). Das entspricht einer Reduzierung um 9,2 % absolut trotz einer Produktionssteigerung um 3,7 %. Diese Reduzierung entstand zum größten Teil durch die Verwertungsmöglichkeiten von flüssigen Abfällen in mehreren Werken (u. a. Dadong/CN).

→ GRI G4-EN23

Mitarbeiterverkehr der BMW AG¹

→ T3.19

	2013		2014		2015		2016 ²	
	in %	in t CO ₂	in %	in t CO ₂	in %	in t CO ₂	in %	in t CO ₂
Pkw	50	59.882	51	60.009	52	65.922	53	70.953
Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV)	17	3.914	16	3.461	16	3.750	16	4.169
Werksbus	27	13.432	26	14.244	25	14.552	24	12.950
Fahrrad/zu Fuß	6	0	7	0	7	0	7	0
Summe	100	77.228	100	77.714	100	84.225	100	88.072

¹ Zentrale inklusive Forschungs- und Innovationszentrum München/DE, Werke München/DE, Dingolfing/DE, Regensburg/DE, Landshut/DE, Leipzig/DE und Berlin/DE

² Erfassung von 63 % der Mitarbeiter der BMW Group bzw. 92 % der Mitarbeiter in Deutschland

Der Gesamtausstoß an CO₂-Emissionen ist um knapp 5 % gestiegen und die CO₂-Emissionen im gesamten Durchschnitt pro Mitarbeiter und Arbeitstag liegen geringfügig über dem Vorjahresniveau (4,63 kg/Mitarbeiter/Tag).

→ GRI G4-EN17

Logistik: Verkehrsträger und CO₂-Emissionen¹

→ T3.20

	2012	2013	2014	2015	2016					
INBOUND (MATERIALVERSORGUNG WERKE UND ERSATZTEILANLIEFERUNG)										
Transportleistung in Mio. tkm	10.703	11.560	12.682	13.822	15.202					
CO ₂ -Emissionen in t	547.049	580.616	630.215	467.023	506.604					
OUTBOUND (DISTRIBUTION FAHRZEUGE UND ERSATZTEILE)										
Transportleistung in Mio. tkm	20.195	22.226	24.537	25.584	25.006					
CO ₂ -Emissionen in t	700.051	803.158	888.089	935.059	920.795					
GESAMT (INBOUND UND OUTBOUND)										
Transportleistung in Mio. tkm	30.898	33.786	37.219	39.406	40.208					
CO ₂ -Emissionen in t	1.247.100	1.383.774	1.518.304	1.402.082	1.427.399					
PROZENTUALER ANTEIL VERKEHRSTRÄGER AN GESAMT (INBOUND UND OUTBOUND) BZGL. TRANSPORTLEISTUNG UND CO₂-EMISSIONEN										
	tkm	g CO₂	tkm	g CO₂	tkm	g CO₂	tkm	g CO₂	tkm	g CO₂
See	79,2	53,1	78,9	51,6	77,8	50,1	78,9	57,0	77,7	55,0
Straße	10,7	20,2	12,4	23,1	13,5	24,3	13,5	27,8	14,9	30,8
Bahn	8,9	4,6	7,5	3,8	7,3	2,7	7,0	3,2	6,9	3,1
Luft	1,2	22,1	1,2	21,5	1,4	22,9	0,6	12,0	0,5	11,1

¹ Zahlen beziehen sich auf BMW und MINI, ohne Rolls-Royce Automobile. Berechnung der CO₂-Emissionen gemäß DIN EN 16258. Betrachtungsumfang ist seit dem Berichtsjahr 2011 deutlich erweitert und umfasst aktuell: Inbound-Umfänge (Materialversorgung Werke und Ersatzteillieferung) für BMW und MINI Fahrzeugwerke in Deutschland, Großbritannien, den USA, Südafrika, China, Thailand, Indien und CKD/SKD-Standorte sowie für die Anlieferung von Ersatzteilen an die Zentrale Teileauslieferung ZTA in Dingolfing/DE. Outbound-Umfänge (Distribution Fahrzeuge und Ersatzteile) bis zu den Verteilungszentren in den Märkten weltweit und für bestimmte Märkte bis zum Handel

Verglichen mit dem Anstieg der Anzahl der produzierten Fahrzeuge der Marken BMW und MINI gegenüber Vorjahr (+3,5 %), sind Transportleistung (+2,0 %) und CO₂-Emissionen (+2,1 %) unterproportional gestiegen. Bezogen auf die Anzahl der Fahrzeuge sanken die CO₂-Emissionen um ca. 2,3 % pro Einheit. Dies kann hauptsächlich auf den Anstieg des Anteils der in Europa produzierten Fahrzeuge für den europäischen Markt und den damit verbundenen Rückgang des Exportvolumens zurückgeführt werden. Dadurch ergaben sich auch leichte Verschiebungen bei den Anteilen der Verkehrsträger an Transportleistung und CO₂-Emissionen.

→ GRI G4-EN17

Weiterführende Kennzahlen: Mitarbeiter und Gesellschaft

Gesundheits- und Arbeitsschutzmanagementsysteme der BMW Group Produktionsstandorte

→ T4.13

Werke Zertifizierungen Arbeitssicherheit	Arbeitssicherheitsmanagementsystem	Datum der letzten Zertifizierung
Werk Berlin	OHSAS 18001	Dezember 2014
Werk Dingolfing	OHRIS	Mai 2015
Werk Eisenach	OHSAS 18001	September 2015
Werk Goodwood, GB	OHSAS 18001	September 2015
Werk Hams Hall, GB	HS(G) 65	Oktober 2016 ¹
Werk Landshut	OHRIS	Oktober 2015
Werk Leipzig	OHRIS	März 2013
Werk München	OHRIS	August 2015
Werk Oxford, GB	OHSAS 18001	Dezember 2015
Werk Regensburg	OHRIS	Juli 2015
Werk Rosslyn, Südafrika	OHSAS 18001	Dezember 2014
Werk Spartanburg, USA	OHSAS 18001	April 2016
Werk Steyr, Österreich	OHSAS 18001	Dezember 2015 ²
Werk Swindon, GB	OHSAS 18001	Dezember 2015
Werk Wackersdorf	OHRIS	Juli 2015
Fertigung Araquari, Brasilien	OHSAS 18001	Dezember 2016
Fertigung Chennai, Indien	OHSAS 18001	Januar 2016
Fertigung Jakarta, Indonesien (Fremdfertigung)	OHSAS 18001	Januar 2014
Fertigung Kairo, Ägypten (Fremdfertigung)	OHSAS 18001	Oktober 2014
Fertigung Kaliningrad, Russland (Fremdfertigung)	Nationaler Standard ³	Umgesetzt
Fertigung Kulim, Malaysia (Fremdfertigung)	OHSAS 18001	Dezember 2015
Fertigung Manaus, Brasilien (Fremdfertigung)	Nationaler Standard ³	Umgesetzt
Fertigung Rayong, Thailand	OHSAS 18001	Januar 2016
BMW Brilliance Automotive, Shenyang, China (Joint Venture)	OHSAS 18001	Dezember 2013
SGL Automotive Moses Lake, USA (Joint Venture)	OHSAS 18001	Dezember 2015
SGL Automotive Wackersdorf (Joint Venture)	OHSAS 18001	Dezember 2015
Magna Steyr Fahrzeugtechnik Graz, Österreich (Auftragsfertigung)	OHSAS 18001	Juli 2015
TVS Motor Company, Hosur, Indien (Auftragsfertigung)	OHSAS 18001	Januar 2014
VDL Nedcar, Born, Niederlande (Auftragsfertigung)	Nationaler Standard ³	Umgesetzt

¹ Zertifikat im Januar 2017 ausgestellt² Zertifikat im Januar 2016 ausgestellt³ Erfüllung der gesetzlichen Vorgaben

Die BMW Group verfügt aktuell an 28 der 31 Produktionsstandorte über zertifizierte Gesundheits- und Arbeitsschutzmanagementsysteme nach OHRIS und OHSAS. Die Standorte Hams Hall (UK) und Araquari (Brasilien) konnten 2016 die OHSAS-Zertifizierung durchführen.

Arbeitsicherheit in der BMW Group

→ T4.14

Rate/Anzahl Teilnehmer/Anzahl	2012	2013	2014	2015	2016
Unfallhäufigkeitsrate ¹ BMW Group	5,8	4,8	5,1 ³	4,4 ⁴	4,0 ⁵
Sicherheitsschulungen Berufsgenossenschaft (nur BMW AG)	4.315	2.387	2.750	1.809	1.327
Web-Based Training im Bereich Arbeitssicherheit BMW Group ⁷	11.935	15.902	17.180	23.548	25.811
Weitere Schulungen im Bereich Arbeitssicherheit BMW Group	16.513	10.892	10.984	17.536	31.212
Mitarbeiter der BMW Group (Anzahl) ⁷	10.626	9.611	6.941	13.635	22.607
Mitarbeiter Fremdfirmen (Anzahl)	5.887	1.281	4.043	3.901	8.605
Gefährdungsbeurteilungen ² BMW Group	26.040	26.462	27.300	69.887 ⁶	78.201 ⁶

¹ Zahl der Betriebsunfälle mit mind. 1 Ausfalltag je 1 Mio. geleisteter Arbeitsstunden² Anzahl der sicherheitstechnischen Beurteilungen von Arbeitsplätzen einschließlich möglicher ergonomischer und gesundheitlicher Belastungen. Zahlen sind kumuliert und beziehen sich auf die BMW Group.³ Zahl mit den Vorjahren nicht direkt vergleichbar aufgrund von Scope-Erweiterung um die deutschen Niederlassungen. Ca. 88 % der BMW Group Mitarbeiter erfasst⁴ Zahl nicht direkt mit dem Vorjahr vergleichbar aufgrund von Scope-Erweiterung um die Werke in Brasilien, Thailand und Indien. Ca. 90 % der BMW Group Mitarbeiter erfasst⁵ Zahl nicht direkt mit dem Vorjahr vergleichbar aufgrund von Scope-Erweiterung auf 100 % aller unter Berücksichtigung von Datenschutz erfassbaren Mitarbeitern der BMW AG⁶ Zahlen nicht direkt mit den Vorjahren vergleichbar. Dargestellt ist die Summe aus den bisher erfassten sicherheitstechnischen Beurteilungen von Arbeitsplätzen im taktgebundenen Produktionsbereich nach der ABATech-Methode (31.520) sowie aus den erstmals erfassten Gefährdungsbeurteilungen in nicht taktgebundenen Bereichen (46.681). Zahlen sind kumuliert und beziehen sich auf die BMW Group.⁷ Inklusiv Zeitarbeitnehmern

Die Unfallhäufigkeitsrate von BMW Group ist in 2016 um knapp 5 % relativ zu 2015 gesunken. Neben der ständigen Verbesserung der Arbeitsschutzmanagementsysteme sind gezielte Sicherheitsschulungen sowie eine kontinuierliche Verbesserung der sicherheitstechnischen Bedingungen an den Arbeitsplätzen ursächlich hierfür. Neben den Berufsgenossenschaftsschulungen werden eine Vielzahl von internen Schulungen durchgeführt, die seit 2011 erfasst werden. Insgesamt nahmen im Geschäftsjahr 2016 8.605 Mitarbeiter der BMW Group sowie Mitarbeiter von Fremdfirmen an internen Sicherheitsschulungen teil. Daneben wurden allein in Deutschland 5.525 Ersthelfer geschult.

→ GRI G4-LA6

Mitarbeiter in der BMW Group

→ T4.15

	2012	2013	2014	2015	2016
Personalstand nach Segmenten					
Automobile	96.518	100.682	106.064	111.410	112.869
Motorräder	2.939	2.726	2.894	3.021	3.351
Finanzdienstleistungen	6.295	6.823	7.245	7.697	8.394
Sonstige	124	120	121	116	115
Anteil Mitarbeiter mit befristeten Verträgen ¹ in %	3,8	3,9	4,2	4,7	3,7

¹ ohne Auszubildende, Praktikanten und Diplomanden

→ GRI G4-10

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende
Kennzahlen

Strategie

Produkte
und DienstleistungenProduktion
und Wertschöpfung→ Mitarbeiter
und Gesellschaft

Fundamente

GRI G4 Content Index

Anhang

Unfallhäufigkeitsrate der BMW Group
nach Ländern¹

→ T4.16

je 1 Mio. geleisteter Arbeitsstunden	Unfallhäufigkeit
Australien	1,3
Belgien	3,7
Brasilien	0,8
China	0,0
Dänemark	0,0
Deutschland	4,9
Finnland	0,0
Frankreich	3,2
Griechenland	0,0
Großbritannien	2,3
Indien	1,4
Indonesien	0,0
Irland	0,0
Italien	6,9
Japan	1,7
Kanada	0,0
Malaysia	0,0
Mexiko	0,0
Neuseeland	0,0
Niederlande	0,0
Norwegen	0,0
Österreich	5,3
Polen	0,0
Portugal	0,0
Russland	0,0
Schweden	0,0
Schweiz	6,0
Singapur	0,0
Spanien	8,2
Südafrika	1,5
Südkorea	0,0
Thailand	0,0
USA	3,1
Vereinigte Arabische Emirate	0,0

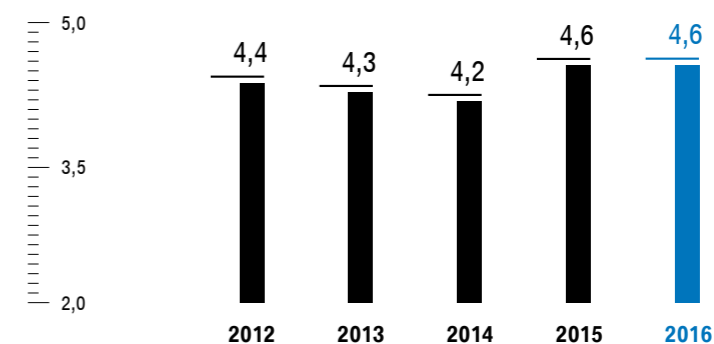
¹ Betriebsunfälle mit mindestens 1 Ausfalltag je 1 Mio. geleisteter Arbeitsstunden

→ GRI G4-LA6

Krankenquote der BMW AG

→ T4.17

in %



→ GRI G4-LA6

Zielwert des Anteils leistungsbezogener Vergütung
am Gehalt nach Mitarbeiterkategorie der BMW AG¹

→ T4.18

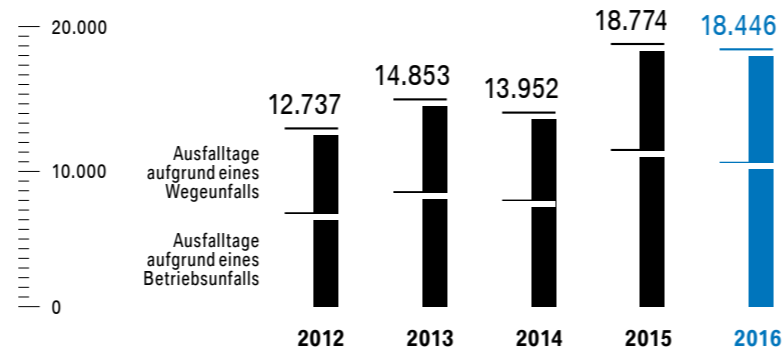
in % je nach Gehaltsgruppe	2014	2015	2016
Oberes Management	53–72	52–71	52–72
Mittleres Management	37–41	37–41	37–40
Unteres Management	10	9	9

¹ Die leistungsbezogene Vergütung setzt sich aus einem persönlichen Bonus und einem Unternehmensbonus zusammen. Die Auszahlungshöhe des persönlichen Bonus ist abhängig von der erbrachten persönlichen Leistung sowie der individuellen Zielerreichung. Die Höhe des Unternehmensbonus ist abhängig vom Unternehmenserfolg. Mit steigender Unternehmensverantwortung steigt der variable Anteil der Vergütung.

Ausfalltage gesamt der BMW AG¹

→ T 4.19

Anzahl



¹ Werte beziehen sich auf die BMW AG mit Niederlassungen. Ausfalltage aufgrund von Betriebs- bzw. Wegeunfällen mit mindestens 1 Ausfalltag

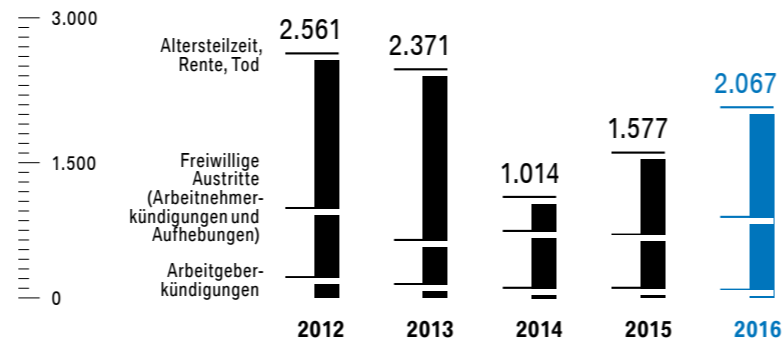
Die Anzahl der Betriebsunfälle mit Ausfalltagen sank im Jahr 2016 im Vergleich zum Vorjahr um 3,03 %.

→ GRI G4-LA6

Austritte gesamt nach Austrittsarten der BMW AG¹

→ T 4.21

Anzahl



¹ Werte beziehen sich auf Mitarbeiter mit unbefristeten Arbeitsverhältnissen.

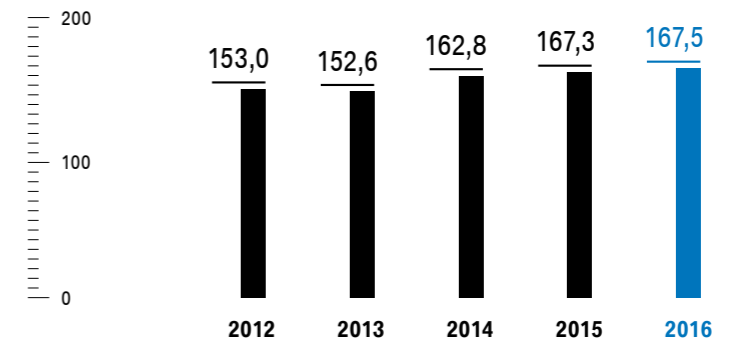
Die erhöhte Zahl der altersbedingten Austritte (Rente, Altersteilzeit) im Vergleich zu 2015 führt zu einer Erhöhung der Gesamtanzahl. Der Frauenanteil der insgesamt 2.067 Austritte betrug 2016 12,8 %. Der Anteil bei den Neueinstellungen hingegen betrug 26,0 %.

→ GRI G4-LA1

Erfolgsbeteiligung der BMW AG im Auszahlungsjahr¹

→ T 4.20

in % des Monatsentgelts/in % vom persönlichen Basiswert



¹ Neu ins Unternehmen eingetretene Mitarbeiter erhalten die volle Erfolgsbeteiligung nach vier Jahren Betriebszugehörigkeit.

Seit Geschäftsjahr 2010 (Auszahlung 2011) wird die Erfolgsbeteiligung für die BMW AG nach einer einheitlichen Systematik durchgehend über alle Hierarchieebenen berechnet. Diese Systematik wurde im Geschäftsjahr 2011 (Auszahlung 2012) auch für die Mitarbeiter weltweit als eine standardisierte Unternehmenserfolgskomponente in fast allen Gesellschaften der BMW Group eingeführt. Somit ist die Durchgängigkeit dieser Komponente sowohl hierarchisch (vom Produktionsmitarbeiter bis zum Vorstand) als auch geografisch (weltweit) gewährleistet. Dieser Teil der Erfolgsbeteiligung richtet sich nach dem Ergebnis der BMW Group und wird entsprechend diesen drei Größen berechnet: Konzernergebnis nach Steuern, Konzernumsatzrendite nach Steuern und Dividende. Vor allem die Berücksichtigung der Konzernumsatzrendite nach Steuern in der Erfolgsbeteiligung (auch des Vorstands und der Oberen Führungskräfte) stellt eine Orientierung am profitablen und somit nachhaltigen Wachstum der BMW Group sicher.

Weiterführende Kennzahlen

Strategie

Produkte und Dienstleistungen

Produktion und Wertschöpfung

→ Mitarbeiter und Gesellschaft

Fundamente

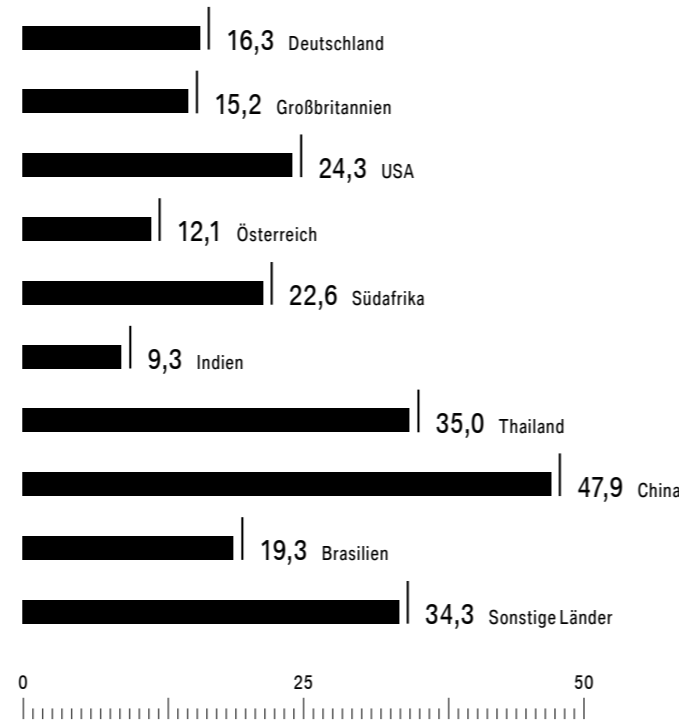
GRI G4 Content Index

Anhang

Frauenanteil Mitarbeiter je Land mit Produktionsstandort(en) 2016

→ T4.22

in %



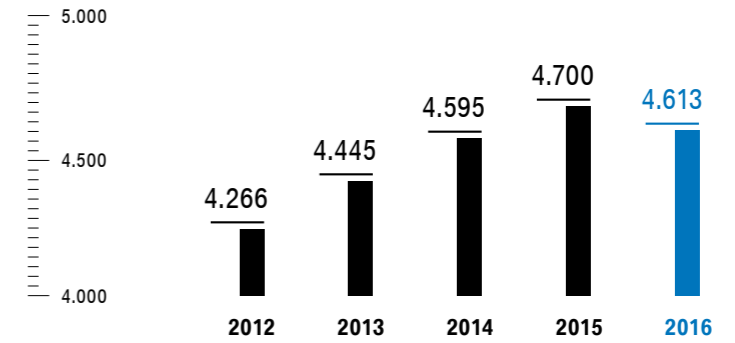
Der Frauenanteil unterscheidet sich stark in den einzelnen Funktionsbereichen: In produktionsnahen Tätigkeiten liegt der Frauenanteil unter 10 %, während er in vertriebsnahen Tätigkeiten bei über 20 % liegt. Der Mitarbeiter- und der Frauenanteil ist deshalb in Ländern mit hohem Produktionsanteil niedriger.

→ GRI G4-LA12

Auszubildende der BMW Group am 31. Dezember

→ T4.23

Anzahl



Mit Erhöhung der Ausbildungszahlen an ausländischen Werksstandorten wie den USA und Thailand hat die BMW Group 2016 ihre internationalen Ausbildungsaktivitäten weiterhin ausgedehnt. Die Zahl der Berufseinsteiger an den deutschen Ausbildungsstandorten des Unternehmens blieb mit 1.200 konstant. Zum Stichtag waren in der Berufsausbildung und den Nachwuchsförderprogrammen der BMW Group 4.613 junge Menschen beschäftigt (2015: 4.700).

Anteil lokaler Arbeitnehmer in Führungspositionen an wesentlichen Geschäftsstandorten¹

→ T4.24

in %	2012	2013	2014	2015	2016
Standort München, DE	98,8	98,8	98,9	99,0	99,1
Standort Dingolfing, DE	99,7	99,7	99,7	99,7	99,7
Standort Berlin, DE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Standort Landshut, DE	100,0	99,2	100,0	100,0	100,0
Standort Leipzig, DE	100,0	98,2	99,2	99,2	100,0
Standort Regensburg, DE	100,0	100,0	100,0	100,0	99,5
Großbritannien	92,5	89,3	85,2	85,2	87,5
USA	91,2	89,0	86,8	86,1	89,4
Österreich	83,0	84,7	86,2	75,1	84,8
Südafrika	89,2	89,0	89,9	85,4	85,4
China ² (inkl. Joint Venture)	28,4	63,0	50,6	65,2	65,8
Indien	54,8	59,5	61,8	71,1	66,7
Thailand	68,0	75,0	61,3	72,4	65,6

¹ „Lokal“ bezieht sich auf Führungskräfte mit lokalen Verträgen. Ausgenommen sind Personen, die an den Standort entsendet werden und keinen lokalen Vertrag erhalten. Diese spiegeln sich jeweils in der Differenz zu 100 wider.

² inklusive Mitarbeitern des Joint Ventures BMW Brilliance Automotive, das nicht in der BMW Group konsolidiert ist

→ GRI G4-LA12

Anteil der Mitarbeiter, die durch eine Gewerkschaft vertreten sind oder unter Kollektivvereinbarungen fallen

→ T4.25

in %	2012	2013	2014	2015	2016
Deutschland ²	100	100	100	100	100
Großbritannien ¹	86	86	86	86	85
China (Werk)	100	100	100	100	100
Österreich ²	100	100	100	100	100
Südafrika	61	61	60	59	58
USA (keine Kollektivvereinbarungen vorhanden)	0	0	0	0	0

¹ ab 2012 Berücksichtigung aller Mitarbeiter der Zentralfunktionen sowie der Mitarbeiter des Werks Goodwood/UK

² ohne leitende Angestellte

In der BMW Group wird die institutionalisierte betriebliche Mitbestimmung unternehmensweit nach den jeweils gültigen Bestimmungen des Landes umgesetzt. In allen Werken und Niederlassungen der BMW AG sowie in Österreich und in Großbritannien nehmen gewählte Betriebsräte die Mitbestimmung für die Mitarbeiter wahr. In China und Südafrika werden die Mitarbeiter durch lokale Arbeitnehmervertretungen repräsentiert, an den Standorten in den USA existieren im Allgemeinen keine Kollektivvereinbarungen.

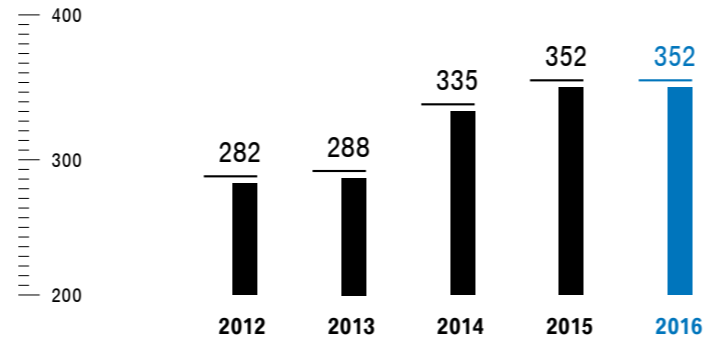
Die BMW Group folgt den ILO-Konventionen 87 und 98, die Arbeitnehmern Vereinigungsfreiheit sowie das Recht zum Abschluss von Kollektivvereinbarungen zusichern. Darunter fällt neben dem Recht, unabhängige C93 Gewerkschaften oder andere Organisationen zur Interessenvertretung zu gründen und ihnen beizutreten, auch der Schutz vor Diskriminierung aufgrund der Zugehörigkeit zu einer Arbeitnehmervertretung. Die Vereinigungsfreiheit bildet damit einen der Schwerpunkte der → **Gemeinsamen Erklärung über Menschenrechte und Arbeitsbedingungen in der BMW Group**. Die rechtzeitige und umfassende Einbeziehung der Arbeitnehmervertretungen wird in der BMW Group sowohl durch den paritätisch besetzten Aufsichtsrat der BMW AG als auch durch Betriebsräte und lokale Arbeitnehmervertreter sichergestellt.

→ GRI G4-11

Investitionen in Aus- und Weiterbildung der BMW Group¹

→ T 4.26

in Mio. €



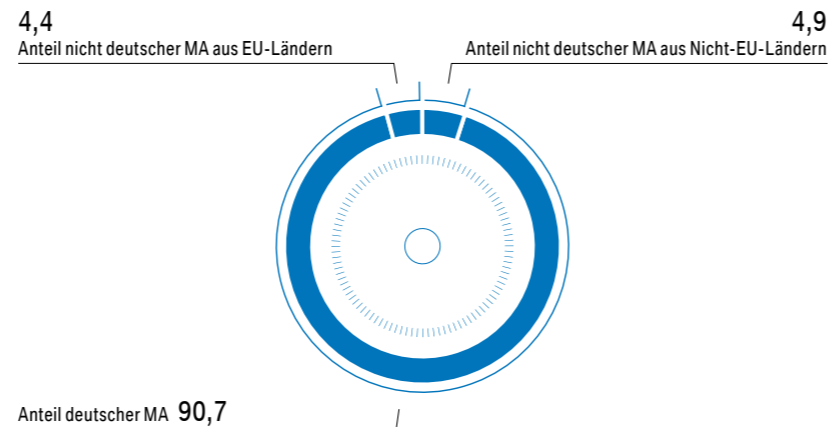
¹ Die BMW Group investiert abhängig vom aktuellen Bedarf in Aus- und Weiterbildung, sodass sich im Jahresvergleich Schwankungen ergeben.

Die BMW Group begreift die gezielte Mitarbeiterqualifizierung als Investition in die Zukunft. Daher liegen die Investitionen in Aus- und Weiterbildung 2016 auf dem gleichen hohen Niveau wie im Vorjahr. Kompetenzaufbau für zukünftige Anforderungen und Kompetenzerhalt in der Belegschaft sind dabei zentrale Themen der strategischen Unternehmensführung.

Anteil Mitarbeiter in der BMW AG aus dem europäischen Ausland sowie aus Nicht-EU-Ländern

→ T 4.28

in %



→ GRI G4-LA12

Durchschnittliche Schulungstunden nach Mitarbeiterkategorie in der Bildungsakademie der BMW AG

→ T 4.27

Anzahl Mitarbeiter	2014	2015	2016
Außertarifliche Mitarbeiter	30,5	26,6	30,0
Meister	35,0	36,8	27,8
Tarif	17,5	18,2	17,3
Weiterbildungstage Führungskräfte trainings der BMW Group			
Anzahl	18.920	18.775	9.000

Die 2009 gegründete Bildungsakademie verbindet die Berufsausbildung München und die Aus- und Weiterbildung für alle Standorte in Deutschland und Großbritannien. Erreicht werden dadurch kürzere Wege bei der Abstimmung und die Generierung von Synergien durch die Nutzung von gemeinsamen Ressourcen. Die Bildungsinitiative der BMW Group konnte 2016 an die Werte des Vorjahres anknüpfen. Sowohl die durchschnittlich aufgewendete Zeit für die Qualifizierung als auch die Ausgaben haben ein ähnlich hohes Niveau erreicht. Diese Entwicklung zeigt sich im gesamten Unternehmen. Neben klassischen Trainingsmaßnahmen und E-Learnings wurden neuartige Qualifizierungsprogramme gestartet, wie z. B. Bachelor- und Masterstudiengänge in Kooperation mit Hochschulen. Im Berichtsjahr wurde das Format „Sustainable Leadership“ für etablierte Führungskräfte des unteren und mittleren Managements (Programm mit größter TN-Anzahl) ausgesetzt, u. a. da im 1. Halbjahr 2016 die neue Strategie der BMW Group veröffentlicht wurde und dies Anpassungen auch für die Führungsprogramme erforderlich macht. Jede Führungskraft wird deshalb bis April 2017 an der eintägigen Dialogveranstaltung „Strategie NUMBER ONE Next. Next Experience“ teilnehmen.

→ GRI G4-LA9

Weiterführende Kennzahlen

Strategie

Produkte und Dienstleistungen

Produktion und Wertschöpfung

Mitarbeiter und Gesellschaft

→ Fundamente

GRI G4 Content Index

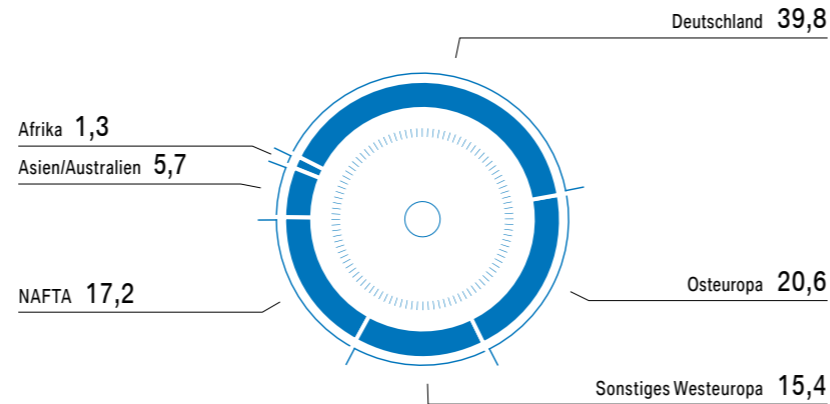
Anhang

Weiterführende Kennzahlen: Fundamente

Regionale Verteilung des Einkaufsvolumens der BMW Group im Jahr 2015

→ T 5.03

in %, Basis: Produktionsmaterial

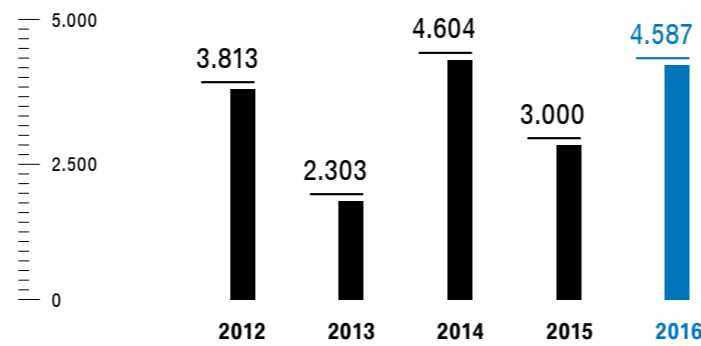


→ GRI G4-12

Rückstellungen für Pensionen

→ T 5.05

in Mio. €



Die zugesagten Leistungen werden größtenteils durch fondsgedeckte Versorgungssysteme sowie durch Rückstellungen vollständig abgedeckt. 2016 ist das Fondsvermögen auf 18.315 Mio. € (2015: 16.930 Mio. €) gestiegen. Die Pensionsrückstellungen sind auf 4.587 Mio. € gestiegen (2015: 3.000 Mio. €). Wesentliche Ursache für den Anstieg der Pensionsrückstellungen sind gesunkene Abzinsungssätze in Deutschland und Großbritannien.

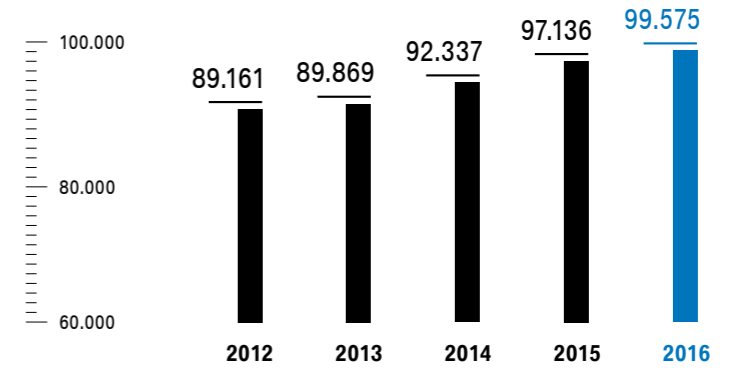
Das Fondsvermögen der BMW Group wird rechtlich getrennt vom Unternehmensvermögen in Treuhandlösungen verwaltet.

→ GRI G4-EC1, GRI G4-EC3

Personalaufwand der BMW Group je Mitarbeiter¹

→ T 5.04

in €



¹ Werte ohne ruhende Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeiter in Freizeitphase der Alterszeit, ohne Geringverdiener, ohne Auszubildende und Studenten

Einen wichtigen Beitrag zum Unternehmenserfolg leistet ein wettbewerbsfähiger Personalaufwand. Neben der Kostenorientierung wird dabei auch das Ziel einer erhöhten Effizienz im gesamten Unternehmen verfolgt. Die hohe Motivation der Mitarbeiter und die Mitarbeiterorientierung des Unternehmens werden unterstützt durch Gegenleistungen des Unternehmens, die individuell, leistungs- und erfolgsorientiert gestaltet sind.

→ GRI G4-EC1

Weiterführende Kennzahlen

Strategie

Produkte und Dienstleistungen

Produktion und Wertschöpfung

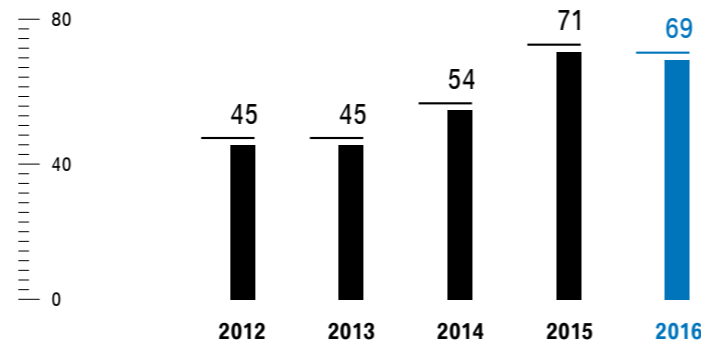
Mitarbeiter und Gesellschaft

→ Fundamente

Zuwendungen der öffentlichen Hand: öffentliche Beihilfen in Form von geringeren Substanz- und Verbrauchsteuern

→ T 5.06

in Mio. €



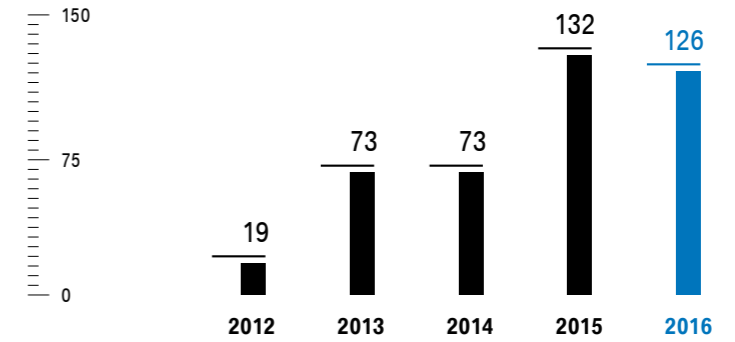
Die Zuwendungen der öffentlichen Hand setzten sich 2016 wie bereits in den letzten Jahren aus zwei Bestandteilen zusammen. Zum einen wurden die Herstellungskosten durch öffentliche Beihilfen in Form von geringeren Substanz- und Verbrauchsteuern in Höhe von 69 Mio. € (2015: 71 Mio. €) gemindert. Zum anderen beinhalten die sonstigen betrieblichen Erträge der BMW Group auch erfolgsbezogene Zuwendungen der öffentlichen Hand in Höhe von 126 Mio. € (2015: 132 Mio. €).

→ GRI G4-EC4

Zuwendungen der öffentlichen Hand: erfolgsbezogene Zuwendungen der öffentlichen Hand

→ T 5.07

in Mio. €



→ GRI G4-EC4

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende
Kennzahlen

Strategie

Produkte
und DienstleistungenProduktion
und WertschöpfungMitarbeiter
und Gesellschaft

→ Fundamente

Automobilproduktion der BMW Group nach Werken

→ T 5.08

	2015	2016	Veränderung in %	Anteil an Produktion in %
München, DE	221.998	216.769	-2,4	9,2
Dingolfing, DE	360.804	339.769	-5,8	14,4
Regensburg, DE	304.509	346.291	13,7	14,7
Leipzig, DE	233.656	246.550	5,5	10,4
Rossllyn, ZA	71.353	63.117	-11,5	2,7
Spartanburg, US	400.904	411.171	2,6	17,4
Dadong ¹ , CN	142.767	143.825	0,7	6,1
Tiexi ¹ , CN	144.988	161.901	11,7	6,9
Rayong, TH	8.928	17.844	99,9	0,7
Araquari, BR	9.936	15.408	55,1	0,6
Chennai, IN	7.716	8.568	11,0	0,4
Oxford, UK	201.206	210.971	4,9	8,9
Graz (Magna Steyr) ² , AT	82.655	53.528	-35,2	2,3
Born (VDL Nedcar bv) ² , NL	57.019	87.609	53,6	3,7
Goodwood, UK	3.848	4.179	8,6	0,2
Partnerwerke	27.216	32.256	18,5	1,4

¹ Joint Venture BMW Brilliance Automotive Ltd., Shenyang/CN² Auftragsfertigung

→ GRI G4-9

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

→ **GRI G4 Content Index**

Allgemeine Standardangaben

Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

GRI G4 CONTENT INDEX

GRI G4 CONTENT INDEX

Allgemeine Standardangaben

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
	Strategie und Analyse		
G4-1	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers → Siehe Einführung, Seite 3–4		✓
G4-2	Zentrale Nachhaltigkeitsauswirkungen, -risiken und -chancen Auswirkungen, Risiken und Chancen zu Produkte und Dienstleistungen, → Seite 20 Produktion und Wertschöpfung, → Seite 53 Mitarbeiter und Gesellschaft, → Seite 82 Fundamente, → Seite 108 Business Case der Nachhaltigkeit, → Seite 15		✓
	Organisationsprofil		
G4-3	Name des Unternehmens → Siehe Impressum, Seite 189		✓
G4-4	Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen → Siehe Einführung, Seite 5		✓
G4-5	Hauptsitz des Unternehmens → Siehe Impressum, Seite 189		✓

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

- Allgemeine Standardangaben
 Spezifische Standardangaben
 Ermittelte wesentliche Aspekte
 und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
G4-6	Länder mit Geschäftstätigkeitsschwerpunkt → BMW Group Geschäftsbericht 2016 BMW Group: Auslieferungen von Automobilen nach Regionen und Märkten, → Seite 42 Automobilproduktion der BMW Group nach Werken, → Seite 45 Standorte, → Seite 24–25		✓*
G4-7	Rechtsform und Eigentümerstruktur → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Organisatorischer Aufbau und Geschäftsmodell, → Seite 22 Übernahmerelevante Angaben und Erläuterungen, → Seite 103 Konzernabschluss, → Seite 112		✓*
G4-8	Wesentliche Märkte → BMW Group Geschäftsbericht 2016 BMW Group: Auslieferungen von Automobilen nach Regionen und Märkten, → Seite 42 Automobilproduktion der BMW Group nach Werken, → Seite 45 Standorte Vertrieb, → Seite 24–25		✓*
G4-9	Größe des Unternehmens → Siehe Einführung, Weiterführende Kennzahlen, Seite 5, 148		✓
G4-10	Mitarbeiter nach Beschäftigungsverhältnissen, Geschlecht und Regionen → Siehe Kapitel 4.2, Weiterführende Kennzahlen, Seite 91, 93, 99, 140	Die Zahl des weisungsgebundenen Personals ist gerade im Sommer, während der Haupturlaubszeit der Stammebelegschaft, sehr starken und kurzfristigen Schwankungen unterworfen. Aussagen über die Zahl des weisungsgebundenen Personals sowie dessen Zusammensetzung nach Geschlecht hätten deshalb nur eine sehr kurze Gültigkeit. Freiberuflich anerkanntes Personal ist für den wesentlichen Teil der Arbeit in der BMW Group nicht relevant. (UNGC 6) ¹	✓
G4-11	Anteil Mitarbeiter unter Kollektivvereinbarungen → Siehe Weiterführende Kennzahlen, Seite 144	(UNGC 3) ¹	✓

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

→ Allgemeine Standardangaben

Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
G4-12	Beschreibung der Lieferkette → Siehe Einführung, Weiterführende Kennzahlen, Seite 6, 146		✓
G4-13	Signifikante Änderungen im Berichtszeitraum → Siehe Über diesen Bericht, Seite 184 → Siehe Geschäftsbericht, Konsolidierungskreis, Seite 121		✓
G4-14	Umsetzung des Vorsorgeprinzips Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips durch umfassende und integrierte Strategie, → Seite 14 Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips durch ein umfassendes Verständnis der Produktverantwortung, → Seite 24 Betrieblicher Umweltschutz und Clean-Production-Ansatz, → Seite 51–69 Vorsorge durch Lieferantenauswahl und -management, → Seite 70–79 Mitarbeitervorsorge durch gesundes Arbeitsumfeld, → Seite 84–89 Förderung der guten Verständigung zwischen verschiedenen Nationen, Religionen und Ethnien, → Seite 101–106 → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Compliance in der BMW Group, → Seite 207 Risiko- und Chancenbericht, → Seite 88	(UNGC 7) ¹	✓
G4-15	Unterstützung externer Initiativen → Siehe Kapitel 5.3, Seite 116		✓

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

- Allgemeine Standardangaben
 Spezifische Standardangaben
 Ermittelte wesentliche Aspekte
 und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
G4-16	Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen	Mitgliedschaften in nationalen Verbänden: <ul style="list-style-type: none"> — Verband der Automobilindustrie (VDA) und indirekt über den VDA im Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), Mitglied im Förderkreis des BDI — Bayerische Metall- und Elektro-Arbeitgeberverbände (bayme vbm) — Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) Internationale Branchenvertretungen: <ul style="list-style-type: none"> — European Automobile Manufacturers' Association (ACEA) — Alliance of Automobile Manufacturers (Auto Alliance) 	✓
Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen			
G4-17	Liste der konsolidierten Unternehmen → Siehe Über diesen Bericht, Seite 184 → Siehe Geschäftsbericht, Konsolidierungskreis, Seite 121		✓
G4-18	Vorgehensweise zur Auswahl der Berichtsinhalte → Siehe Kapitel 1, Seite 11		✓
G4-19	Sämtliche wesentliche Aspekte → Siehe Kapitel 1, GRI Index, Seite 11, 181–182		✓
G4-20	Wesentliche Aspekte innerhalb des Unternehmens → Siehe GRI Index, Seite 181–182		✓
G4-21	Wesentliche Aspekte außerhalb des Unternehmens → Siehe GRI Index, Seite 181–182		✓

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

→ Allgemeine Standardangaben

Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
G4-22	Neudarstellung von Informationen im Vergleich zu früheren Berichten	Neuformulierungen werden, wenn erforderlich und möglich, als Fußnoten bei den jeweiligen Grafiken beschrieben.	✓
G4-23	Wichtige Änderungen des Berichtsumfangs und der Grenzen von Aspekten → Siehe Über diesen Bericht, Seite 184		✓
Einbindung von Stakeholdern			
G4-24	Einbezogene Stakeholdergruppen → Siehe Kapitel 5.5, Seite 121		✓
G4-25	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder → Siehe Kapitel 5.5, Seite 120		✓
G4-26	Ansatz für den Stakeholderdialog und Häufigkeit → Siehe Kapitel 1, Kapitel 5.5, Seite 11, 121	Kontinuierlich, weltweit an allen Standorten und Märkten mit einer Vielzahl verschiedener Stakeholdergruppen. Spezifische Stakeholderdialoge werden zur Definition der Berichtsinhalte geführt.	✓
G4-27	Zentrale Anliegen der Stakeholder und Stellungnahme → Siehe Kapitel 1, Kapitel 5.5, Seite 11, 122	In Kapitel 1 ist die Materialitätsmatrix abgebildet. Die darin dargestellten Themen und deren Relevanz wurden im Rahmen einer Stakeholderbefragung erhoben.	✓
Berichtsprofil			
G4-28	Berichtszeitraum → Siehe Über diesen Bericht, Seite 184		✓
G4-29	Datum des letzten Berichts → Siehe Über diesen Bericht, Seite 184		✓
G4-30	Berichtszyklus → Siehe Über diesen Bericht, Seite 184		✓

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

→ Allgemeine Standardangaben

Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
G4-31	Ansprechpartner für Fragen zum Bericht → Siehe Impressum, Seite 189		✓
G4-32	Option der Übereinstimmung mit GRI und gewählter Index → Siehe Über diesen Bericht, GRI Index, Seite 184, 149–182		✓
G4-33	Externe Prüfung des Berichts → Siehe Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers, Seite 186–187		✓
Unternehmensführung			
G4-34	Führungsstruktur inkl. des höchsten Kontrollorgans → Siehe Kapitel 5.6, Seite 126 → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Gremien des Aufsichtsrats und ihre Zusammensetzung im Überblick, → Seite 198	Die Grundsätze der Unternehmensführung der BMW Group werden im → Corporate Governance Kodex dargelegt.	✓*
G4-35	Delegation von Vollmachten für wirtschaftliche, ökologische und soziale Themen → Siehe Kapitel 5.6, Seite 126	Der Aufsichtsrat delegiert keine Vollmachten.	✓
G4-36	Zuständigkeit für wirtschaftliche, ökologische und soziale Themen → Siehe Kapitel 5.6, Seite 126		✓
G4-37	Konsultationsverfahren zwischen Stakeholdern und höchstem Kontrollorgan → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Erklärung zur Unternehmensführung: Arbeitnehmervertretung im Aufsichtsrat, → Seite 193–195 Mitarbeitervertreter im Aufsichtsrat, → Seite 193–195 Hauptversammlung, → Seite 190		✓*

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
G4-38	<p>Zusammensetzung und Komitees des höchsten Kontrollorgans</p> <p>→ BMW Group Unternehmensprofil Amtszeit Stakeholdervertretung</p> <p>→ BMW Group Geschäftsbericht 2016 Geschäftsführend: Mitglieder des Vorstands/Mitglieder des Aufsichtsrats, → Seite 193 ff. Zusammensetzung und Arbeitsweise des Aufsichtsrats der BMW AG und seiner Ausschüsse, → Seite 198</p> <p>Unabhängigkeit: Besetzungsziele des Aufsichtsrats, → Seite 202 ff.</p> <p>Mandate: Mitglieder des Vorstands/Mitglieder des Aufsichtsrats, → Seite 192, 193</p> <p>Geschlecht: Mitglieder des Vorstands/Mitglieder des Aufsichtsrats, → Seite 192, 193</p> <p>Gesellschaftliche Gruppen: Besetzungsziele des Aufsichtsrats, → Seite 202 ff.</p> <p>Stakeholdervertretung: Mitglieder des Aufsichtsrats, → Seite 193</p> <p>Kompetenzen: Besetzungsziele des Aufsichtsrats, → Seite 202 ff.</p>		✓*
G4-39	<p>Unabhängigkeit des Vorsitzenden des höchsten Kontrollorgans</p> <p>→ Siehe Kapitel 5.6, Seite 126 → BMW Group Geschäftsbericht 2016 → Seite 198</p>	Der Vorsitzende des Aufsichtsrats hat keine geschäftsführende Funktion inne.	✓*

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

→ Allgemeine Standardangaben

Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
G4-40	<p>Nominierungs- und Auswahlverfahren für das höchste Kontrollorgan</p> <p>→ BMW Group Geschäftsbericht 2016 Zusammensetzung und Arbeitsweise des Vorstands der BMW AG und seiner Ausschüsse, → Seite 196</p> <p>Zusammensetzung und Arbeitsweise des Aufsichtsrats der BMW AG und seiner Ausschüsse, → Seite 198</p>		✓*
G4-41	<p>Verfahren zur Vermeidung von Interessenkonflikten</p> <p>→ BMW Group Verhaltenskodex → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Aktienbesitz von Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats, → Seite 174, 210</p>	<p>Es gibt bereits Obergrenzen für Mandate sowie ein gesetzliches Verbot bestimmter Verflechtungen in § 100 AktG. Mandate in Aufsichtsratsgremien und vergleichbaren Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen werden im Geschäftsbericht veröffentlicht.</p> <p>Vorstand und Aufsichtsrat haben sich verpflichtet, die Regelungen zu Interessenkonflikten in Ziffer 5.5 des Deutschen Corporate Governance Kodex zu beachten, also insbesondere Interessenkonflikte offenzulegen und über den Umgang damit zu berichten.</p> <p>Über Geschäfte mit nahestehenden Personen wird nach dem Standard des IAS 24 in den Finanzreports berichtet, dazu wird quartalsweise eine Erhebung bei den Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern durchgeführt.</p>	✓*
G4-42	<p>Rolle der leitenden Führungskräfte und des höchsten Kontrollorgans bzgl. Nachhaltigkeitsstrategie und -zielen</p> <p>→ Siehe Kapitel 5.6, Seite 126</p>		✓
G4-43	<p>Maßnahmen bzgl. Nachhaltigkeitskenntnissen des höchsten Kontrollorgans</p> <p>→ Siehe Kapitel 5.6, Seite 126–127</p>		✓

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

→ Allgemeine Standardangaben

Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
G4-44	Nachhaltigkeitsbezogene Leistungsbeurteilung des höchsten Kontrollorgans → Siehe Kapitel 5.6, Seite 127		✓
G4-45	Rolle des höchsten Kontrollorgans bzgl. Nachhaltigkeitsrisiken und -chancen → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Risikomanagementsystem, → Seite 88 ff.	Der Aufsichtsrat wird im Rahmen des Prüfungsausschusses vom Vorstand über das Risikomanagement und die Risikosituation unterrichtet.	✓*
G4-46	Rolle des höchsten Kontrollorgans bzgl. Wirksamkeit des Risikomanagements → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Bericht des Aufsichtsrats, → Seite 8 ff. Risikomanagementsystem, → Seite 88 ff.		✓*
G4-47	Häufigkeit der Überprüfung von Nachhaltigkeitsrisiken und -chancen durch höchstes Kontrollorgan → Siehe Kapitel 5.6, Seite 126 → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Risikomanagementsystem, → Seite 88 ff.		✓*
G4-48	Höchstes Komitee zur Freigabe des Nachhaltigkeitsberichts → Siehe Über diesen Bericht, Seite 185		✓
G4-49	Prozess zur Vermittlung kritischer Anliegen an höchstes Kontrollorgan → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Compliance in der BMW Group, → Seite 207	Der Vorsitzende des BMW Group Compliance Committee, der Leiter Konzernberichtswesen, der Leiter der Konzernrevision und der Leiter Konzerncontrolling berichten regelmäßig direkt an den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats. Aktionäre haben in der Hauptversammlung die Möglichkeit, ihre Anliegen an die BMW Group heranzutragen. Mitarbeiter können dafür den Compliance Contact oder die BMW SpeakUP Line nutzen. Unsere regelmäßigen Stakeholderdialoge stellen sicher, dass wir Anliegen unserer Anspruchsgruppen proaktiv abholen.	✓*
G4-50	Kritische Anliegen, die dem höchsten Kontrollorgan berichtet wurden	Diese Information ist vertraulich und wird von der BMW Group nicht extern kommuniziert.	

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

→ Allgemeine Standardangaben

Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
G4-51	Vergütungspolitik für das höchste Kontrollorgan und leitende Führungskräfte → Siehe Kapitel 5.6, Seite 127 → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Vergütungsbericht, → Seite 212 ff.		✓*
G4-52	Prozess zur Festlegung der Vergütung → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Vergütungsbericht, → Seite 212 ff. Vergütungssystem und Vergütungselemente im Überblick, → Seite 212 ff. Vergütungsberater: Bericht des Aufsichtsrats, → Seite 212 ff.		✓*
G4-53	Meinungsäußerungen der Stakeholder zur o. g. Vergütung → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Mitarbeitervertreter im Aufsichtsrat, → Seite 193–195 Grundlegendes zur Unternehmensverfassung, → Seite 190 Vergütung des Aufsichtsrats, Zuständigkeit, Satzungsregelung, → Seite 220 ff.		✓*

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

→ Allgemeine Standardangaben
 Spezifische Standardangaben
 Ermittelte wesentliche Aspekte
 und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
G4-54	Verhältnis der höchsten Jahresvergütung zur durchschnittlichen Mitarbeitervergütung	<p>Für alle Gesellschaften der BMW Group gelten dieselben Grundsätze für Vergütung und Zusatzleistungen, unabhängig von Geschlecht, Konfession, Herkunft, Alter, Behinderung, sexueller Orientierung oder länderspezifischen Charakteristika. Sie sind verbunden mit der einheitlichen Vorgabe, dass das Gesamtvergütungspaket über dem Durchschnitt des relevanten Arbeitsmarktes liegt. Jährlich werden weltweit Vergütungsstudien durchgeführt mit dem Ziel, die aktuelle Marktpositionierung zu bestimmen und die Gesamtvergütung weiterhin marktadäquat auszurichten. Somit ist sichergestellt, dass jeder Mitarbeiter in dem für ihn relevanten Arbeitsmarkt marktgerecht vergütet wird.</p> <p>Das Verhältnis der Jahresvergütung des höchstbezahlten Mitarbeiters zum mittleren Niveau aller Beschäftigten ist aufgrund des global geltenden Ansatzes ebenfalls marktadäquat, kann jedoch abhängig von der Marktspreizung zwischen den einzelnen Ländern stark variieren. Deshalb kann dazu keine konkrete Aussage getroffen werden. Die prozentuale Steigerung der Jahresvergütung wird unter Berücksichtigung verschiedener Faktoren wie z. B. der Inflationsrate bestimmt und folgt im Grundsatz dem Markttrend.</p>	✓
G4-55	Prozentuale Steigerung der höchsten Jahresvergütung	Vgl. G4-54	✓

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

- Allgemeine Standardangaben
 Spezifische Standardangaben
 Ermittelte wesentliche Aspekte
 und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
Ethik und Integrität			
G4-56	Werte, Grundsätze und Verhaltensstandards → Siehe Kapitel 5.3, Seite 116 → BMW Group Verhaltenskodex → BMW Group Werteorientierte Personalpolitik → BMW Group Gemeinsame Erklärung über Menschenrechte und Arbeitsbedingungen → BMW Group Umweltleitlinie → BMW Group Nachhaltigkeitsstandard für das Lieferantennetzwerk	(UNGC 10) ¹	✓
G4-57	Verfahren zur Beratung bzgl. ethischen und gesetzeskonformen Verhaltens → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Compliance in der BMW Group, → Seite 207	(UNGC 10) ¹	✓*
G4-58	Verfahren zur Meldung von unethischem oder gesetzeswidrigem Verhalten → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Compliance in der BMW Group, → Seite 207	(UNGC 10) ¹	✓*

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Allgemeine Standardangaben

→ Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Spezifische Standardangaben

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
	Wirtschaftliche Leistung		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 5.4, Seite 118–119	(UNGC 7) ¹	✓
G4-EC1	Erwirtschafteter und verteilter Wert → Siehe Kapitel 4.4, Kapitel 5.4, Weiterführende Kennzahlen, Seite 106, 118–119, 146	Kennzahl wird nicht nach Märkten unterteilt berichtet.	✓
G4-EC2	Finanzielle Folgen, Risiken und Chancen des Klimawandels → Siehe Kapitel 1, Kapitel 2, Kapitel 3, Seite 15, 23, 56, 67		✓
G4-EC3	Verpflichtungen aus leistungsorientiertem Pensionsplan → Siehe Weiterführende Kennzahlen, Seite 146 → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Rückstellung für Pensionen, → Seite 151 ff.		✓*
G4-EC4	Finanzielle Unterstützung durch Regierungen → Siehe Weiterführende Kennzahlen, Seite 147	Kennzahl wird nicht nach Märkten unterteilt berichtet.	✓*
	Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 4.4, Kapitel 5.4, Seite 101–106, 118–119		✓
G4-EC7	Infrastrukturbezogene Investitionen und Unterstützungen → Siehe Kapitel 5.4, Seite 119		✓
G4-EC8	Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen → Siehe Kapitel 5.4, Weiterführende Kennzahlen, Seite 118–119, 146		✓

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Allgemeine Standardangaben

→ Spezifische Standardangaben
Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
	Materialien		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 2.1, Kapitel 3.1 und 3.3, Seite 24–25, 56, 61–62, 77–78	(UNGC 7, 8) ¹	✓
G4-EN1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen → Siehe Weiterführende Kennzahlen, Seite 135		✓
G4-EN2	Anteil Sekundärrohstoffe am Gesamtmaterialeinsatz → Siehe Kapitel 3.1, Seite 61		✓
	Energie		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 2.1 und 2.2, Kapitel 3.1 und 3.2, Seite 23–25, 33–34, 56–61, 67–69	(UNGC 7, 8, 9) ¹	✓
G4-EN3	Energieverbrauch innerhalb des Unternehmens → Siehe Weiterführende Kennzahlen, Seite 132		✓
G4-EN4	Energieverbrauch außerhalb des Unternehmens → Siehe Kapitel 3.1, Seite 60	Keine Angabe des Primärenergieverbrauchs in der Nutzphase, da dieser über die CO ₂ -Emissionen pro Kilometer gesteuert wird.	✓
G4-EN5	Energieintensität → Siehe Kapitel 3.1, Seite 57		✓
G4-EN6	Reduzierung Energieverbrauch → Siehe Kapitel 3.1, Seite 57		✓
G4-EN7	Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen → Siehe Kapitel 2.1, Seite 26		✓

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Allgemeine Standardangaben

→ Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
	Emissionen		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 2.1 und 3.1, Seite 23–25, 56–61	(UNGC 7, 8, 9) ¹	✓
G4-EN15	Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1) → Siehe Klimabilanz, Kapitel 3.1, Weiterführende Kennzahlen, Seite 60, 135		✓
G4-EN16	Indirekte energiebezogene Treibhausgasemissionen (Scope 2) → Siehe Klimabilanz, Kapitel 3.1, Seite 60		✓
G4-EN17	Weitere indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 3) → Siehe Klimabilanz, Kapitel 3.1, Weiterführende Kennzahlen, Seite 60, 137 Flottenwerte in g CO ₂ /km: → Siehe Kapitel 2.1, Seite 27		✓
G4-EN18	Intensität der Treibhausgasemissionen → Siehe Kapitel 3.1, Seite 59		✓
G4-EN19	Reduktion der Treibhausgasemissionen → Siehe Kapitel 2.1 und 3.1, Seite 27, 59		✓
G4-EN20	Emission ozonabbauender Stoffe	Laut einem BMW Group internen Standard sind Stoffe mit ozonabbauendem Potenzial entsprechend den gesetzlichen Vorgaben nicht gestattet. Der BMW Standard „Verbotene und deklarationspflichtige Stoffe“ enthält ein Verbot von Fluorchlorkohlenwasserstoffen und damit von Stoffen, die ein starkes Ozonabbaupotenzial haben. Dadurch reguliert die BMW Group nicht nur die Emission dieser Stoffe, sondern verhindert schon im Vorfeld deren Einsatz.	✓
G4-EN21	NO_x, SO_x und andere signifikante Luftemissionen → Siehe Weiterführende Kennzahlen, Seite 135		✓

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Allgemeine Standardangaben

→ Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
	Produkte und Dienstleistungen		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 2, Seite 23–25, 34–35	(UNGC 9) ¹	✓
G4-EN27	Verringerung der Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen Ganzheitliche Lifecycle Assessments: → Siehe Kapitel 2.1 und 2.2, Seite 24, 26, 35 Efficient Dynamics: → Siehe Kapitel 2.1, Seite 25 Design for Recycling: → Siehe Kapitel 2.1 und 3.1, Seite 24, 62 Weiterführende Kennzahlen: → Seite 130		✓
G4-EN28	Rücknahme von Produkten und Verpackungen → Siehe Kapitel 3.1, Seite 62	Produkte: Die BMW Group nimmt keine Produkte zurück. Über etablierte Systeme wird die Rückführung von Altfahrzeugen, Komponenten und Materialien in den Rohstoffkreislauf sichergestellt. Verpackung: Die Auslieferung der Fahrzeuge an den Endkunden erfolgt ohne Verpackung. Für den Transport bis zum Händler verwenden wir heute geschlossene Waggons oder Schutzfolien. Sämtliche Schutzfolien werden nach Gebrauch verwertet. Werden Teile zu regionalen Verteilungszentren versendet, so wird dort das frei werdende Packmaterial (Packmaterialien im Transport und Teileschutz bei Vereinzeln von Teilen) professionell entsorgt. In der weiteren Versorgungskette von regionalen Verteilungszentren zu den BMW Group Händlern liegt die Entsorgung der anfallenden Verpackungsmaterialien in der Verantwortung der Händler. Kunden, die Ersatzteile oder Lifestyle-Artikel kaufen, haben die Möglichkeit, die Verpackungsmaterialien bei BMW Group Händlern zurückzugeben.	✓

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Allgemeine Standardangaben

→ Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
	Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 3.3, Seite 69–79		✓
G4-EN32	Anteil neuer Lieferanten, die nach ökologischen Kriterien überprüft wurden → Siehe Kapitel 3.3, Seite 73–74	(UNGC 1, 2) ¹	✓
G4-EN33	Wesentliche ökologische Auswirkungen in der Lieferkette → Siehe Kapitel 3.3, Seite 75–76	Wesentliche negative Auswirkungen in unserem Lieferantennetzwerk sind uns nicht bekannt. Es können keine prozentualen Angaben zur Lieferantenzahl gemacht werden, da diese derzeit nicht zuverlässig erfasst werden können.	✓
	Beschäftigung		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 4, Seite 80–106 → Gemeinsame Erklärung über Menschenrechte und Arbeitsbedingungen in der BMW Group		✓
G4-LA1	Neueinstellungen und Mitarbeiterfluktuation → Siehe Kapitel 4.2, Weiterführende Kennzahlen, Seite 95, 142	Die Fluktuationsrate für die BMW AG und damit für rund 70 % aller Mitarbeiter wird zentral erhoben. Die Fluktuationsrate an einzelnen internationalen Standorten wird ebenfalls erhoben, jedoch nicht auf BMW Group Ebene konsolidiert, da die absoluten sowie prozentualen Werte der Einstellungen und Austritte heruntergebrochen auf Region und Geschlecht systembedingt derzeit nicht erfasst werden. Wir planen diesen Indikator bis 2018 in unseren Datenerfassungsprozess zu integrieren.	✓

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Allgemeine Standardangaben

→ Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
G4-LA2	Betriebliche Leistungen für Vollzeitbeschäftigte → Siehe Kapitel 4.2, Seite 92	Unsere Grundsätze gelten für alle Mitarbeiter. Es gibt keine Unterscheidung zwischen Vollzeitbeschäftigten und Mitarbeitern mit befristeten Arbeitsverträgen oder Teilzeitbeschäftigten. Bei Teilzeitbeschäftigung gilt der Grundsatz der anteiligen Vergütung, wobei einige Zusatzleistungen sogar weiterhin auf Vollzeitbasis gewährt werden.	✓
G4-LA3	Rückkehr nach Elternzeit → Siehe Kapitel 4.2, Seite 93	Systembedingt wird aktuell nur die Anzahl der Mitarbeiter der BMW AG (rund 70 % der Mitarbeiter der BMW Group) in Elternzeit berichtet. Wir planen die detaillierte Erfassung der Daten in der BMW Group bis 2018 in unseren Datenerfassungsprozess zu integrieren. Annähernd 100 % der Rückkehrer führen die Beschäftigung länger als zwölf Monate fort.	✓
	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 4.1, Seite 84–89 → Gemeinsame Erklärung über Menschenrechte und Arbeitsbedingungen in der BMW Group		✓
G4-LA5	Anteil der in Arbeitssicherheitsausschüssen vertretenen Belegschaft → Siehe Kapitel 4.1, Seite 86	An fast allen Standorten der BMW Group sind Arbeitsschutzausschüsse mit Vertretungen von Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite aktiv. Sie wirken in unterschiedlichen Zusammensetzungen, auch mit Beteiligung der Gewerkschaften, und verabschieden sogenannte Betriebsvereinbarungen, die häufig weit über die gesetzlichen Anforderungen hinausreichen.	✓

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Allgemeine Standardangaben

→ Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
G4-LA6	Unfälle, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Todesfälle → Siehe Kapitel 4.1 und Weiterführende Kennzahlen, Seite 87, 140–142	<p>Berufskrankheiten werden in den einzelnen Regionen unterschiedlich definiert, weshalb eine aggregierte Aussage zu Häufigkeit und Art der Verletzungen für die BMW Group nicht möglich ist. Im angloamerikanischen Raum werden arbeitsbedingte Erkrankungen erfasst. In Deutschland ist dies aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht zulässig. Stattdessen wird in Deutschland entsprechenden Vorschriften des Sozialgesetzbuchs mit genau definierten Berufskrankheiten gearbeitet. Nach der Definition der Berufskrankheiten laut deutschem Sozialgesetzbuch liegt bei der BMW AG die Berufskrankheitsrate im Bereich von 0,1 Promille (Fälle pro Mitarbeiter). Aufgrund der zentralen, von Deutschland ausgehenden Planung sind die Arbeitsbedingungen hinsichtlich des Umgangs mit Gefahrstoffen und der ergonomischen Gestaltung der Arbeitsplätze weltweit in allen Werken identisch. Daher ist in einem Analogieschluss davon auszugehen, dass die Berufskrankheitsrate im Ausland auf ähnlichem Niveau wie in Deutschland liegt.</p> <p>Bezüglich der Arbeitsbedingungen (Arbeitssicherheit) bestehen keine geschlechtsspezifischen Unterschiede. Daher werden die Auswertung und Publikation einer geschlechtsspezifischen Darstellung aktuell nicht durchgeführt und sind auch für die Zukunft nicht geplant.</p> <p>Die BMW Group erhebt keine Daten von vor Ort tätigen Vertragspartnern, da diese Informationen Vertraulichkeitseinschränkungen unserer Verträge unterliegen. Vor Ort tätige Vertragspartner werden bei Aufnahme der Arbeit bezüglich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz unterwiesen.</p> <p>In der Unfallstatistik werden Arbeitsunfälle berücksichtigt, die zu mindestens einem Ausfalltag führen.</p>	✓

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Allgemeine Standardangaben

→ Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
G4-LA7	Arbeitnehmer mit hoher Erkrankungsrate oder -gefährdung → Siehe Kapitel 4.1, Seite 87	Die Mitarbeiter der BMW Group unterliegen keiner erhöhten Gefährdung.	✓
G4-LA8	Vereinbarungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheit mit Gewerkschaften → Siehe Kapitel 4.1, Seite 86	Arbeitsschutz ist über das deutsche Arbeitsschutzgesetz gesetzlich geregelt. Es bestehen keine weltweiten formellen Vereinbarungen mit Gewerkschaften zu Arbeitsschutzthemen. Die BMW Group regelt Arbeitsschutzthemen in Zusammenarbeit mit den Betriebsräten. Beispielsweise wurden Betriebsvereinbarungen zu folgenden Themen geschlossen: <ul style="list-style-type: none"> — Betriebsvereinbarung zur Durchführung von arbeitsmedizinischen Eignungsuntersuchungen für Mitarbeiter mit Fahr-, Steuer- oder Überwachungstätigkeiten — betriebliches Eingliederungsmanagement — stufenweise Wiedereingliederung — Hilfe für suchtmittelgefährdete oder -abhängige Mitarbeiter 	✓
Aus- und Weiterbildung			
	Managementansatz → Siehe Kapitel 4.2, Seite 90–95 → Gemeinsame Erklärung über Menschenrechte und Arbeitsbedingungen in der BMW Group		✓

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Allgemeine Standardangaben

→ Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
G4-LA9	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung → Siehe Kapitel 4.2, Weiterführende Kennzahlen, Seite 93–94, 145	Wir berichten die durchschnittlichen Aus- und Weiterbildungstage für Mitarbeiter in der BMW Group. Eine Aufteilung nach Mitarbeiterkategorien können wir systembedingt nur für die Umfänge der Bildungsakademie der BMW AG (über 50 % der Weiterbildungen) vornehmen. Geschlechterspezifische Unterschiede bezüglich Weiterbildungsumfängen bestehen nicht.	✓
		Aufgrund aktueller Priorisierung anderer Themen kann eine geeignete Instrumentenerweiterung zur Erfassung dieser Daten frühestens ab 2018 definiert und über die BMW Group schrittweise implementiert werden.	
G4-LA10	Programme zum dauerhaften Erhalt der Beschäftigungsfähigkeiten → Siehe Kapitel 4.2, Seite 94	Durch unseren jährlich wiederkehrenden Kompetenzanalyseprozess, der auch als Basis für die unternehmensweite und individuelle Bildungsplanung dient, unterstützen wir unsere Mitarbeiter über ihre gesamte Berufsbiografie hinweg beim Kompetenzaufbau und -erhalt. Für den Ausstieg aus dem Berufsleben bieten wir darüber hinaus Seminare an.	✓
G4-LA11	Anteil der Mitarbeiter mit regelmäßiger Leistungsbeurteilung und Karriereplanung → Siehe Kapitel 4.2, Seite 93		✓
	Vielfalt und Chancengleichheit		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 4.3, Seite 96–100 → Gemeinsame Erklärung über Menschenrechte und Arbeitsbedingungen in der BMW Group	(UNGC 6) ¹	✓
G4-LA12	Zusammensetzung der Kontrollorgane und der Mitarbeiter nach Diversitätsaspekten → Siehe Kapitel 4.3, Weiterführende Kennzahlen, Seite 97–99, 143–145		✓

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Allgemeine Standardangaben

→ Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
	Gleicher Lohn für Frauen und Männer		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 4.2, Seite 90–95 → Gemeinsame Erklärung über Menschenrechte und Arbeitsbedingungen in der BMW Group	(UNGC 6) ¹	✓
G4-LA13	Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen gegenüber Männern → Siehe Kapitel 4.2, Seite 91–92		✓
	Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 3.3, Seite 70–79	(UNGC 1, 2, 3, 4, 5, 6) ¹	✓
G4-LA14	Anteil neuer Lieferanten, die bzgl. Arbeitspraktiken überprüft wurden → Siehe Kapitel 3.3, Seite 73–74		✓
G4-LA15	Wesentliche Auswirkungen auf Arbeitspraktiken in der Lieferkette → Siehe Kapitel 3.3, Seite 75–76	Wesentliche negative Auswirkungen in unserem Lieferantennetzwerk sind uns nicht bekannt. Es können keine prozentualen Angaben zur Lieferantenzahl gemacht werden, da diese derzeit nicht zuverlässig erfasst werden kann.	✓

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Allgemeine Standardangaben

→ Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
	Investitionen		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 5.3, Seite 114–115, 117	(UNGC 1, 2, 3, 4, 5, 6) ¹	✓
G4-HR1	Signifikante Investitionsvereinbarungen mit Klauseln oder Prüfungen bzgl. Menschenrechten → Siehe Kapitel 5.3, Seite 117	Wesentliche Investitionsumfänge sind die Investitionen, die mindestens 95 % der gesamten im GB 2016 ausgewiesenen Investitionen in Sachanlagen abdecken.	✓
G4-HR2	Mitarbeiterschulungen zu Menschenrechten → Siehe Kapitel 5.3, Seite 115	Nach Verabschiedung der UN-Leitprinzipien zu Wirtschaft und Menschenrechten informierten wir unsere Mitarbeiter über die Hierarchiekaskade zur Position und zu den Anforderungen der BMW Group in Bezug auf Menschenrechte. Insbesondere Mitarbeiter im Einkauf werden seitdem kontinuierlich im Rahmen von Pflichtschulungen trainiert. Menschenrechte sind zudem Teil von Schulungsmaßnahmen für Führungskräfte als Multiplikatoren sowie von Einführungsveranstaltungen für neue Mitarbeiter, Schulungen für Auszubildende und des Web-Based Trainings zu Nachhaltigkeit. Im Rahmen von Compliance-Präsenztrainings wurde 2016 auch zum Thema Menschenrechte geschult, zum Beispiel in unserem Werk in Thailand oder auf der APAC Compliance Conference im Februar 2016 in Kuala Lumpur. Da Menschenrechte ein integraler Bestandteil dieser Schulungen sind, wird eine Erfassung nach Stunden derzeit nicht durchgeführt.	✓

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Allgemeine Standardangaben

→ Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
	Gleichbehandlung		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 4.3, Seite 96–100 → Gemeinsame Erklärung über Menschenrechte und Arbeitsbedingungen in der BMW Group	(UNGC 1, 2, 3, 4, 5, 6) ¹	✓
G4-HR3	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Maßnahmen → Siehe Kapitel 4.3, Seite 97 → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Bericht des Aufsichtsrats, → Seite 8 ff. Compliance in der BMW Group, → Seite 207	Die BMW Group ist derzeit nicht in Gerichts- oder Schiedsverfahren verwickelt, die nach Einschätzung des Unternehmens einen erheblichen Einfluss auf die wirtschaftliche Lage des Konzerns haben könnten. Weitere Angaben zu Diskriminierungsvorfällen unterliegen internen Vertraulichkeitsauflagen.	✓*

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Allgemeine Standardangaben

→ Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
	Prüfung		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 5.3, Seite 114–115	(UNGC 1, 2, 3, 4, 5, 6) ¹	✓
G4-HR9	Geschäftsstandorte, die bzgl. Menschenrechten überprüft wurden → Siehe Kapitel 5.3, Seite 115	Nach Veröffentlichung der UN-Leitprinzipien zu Wirtschaft und Menschenrechten führten wir eine systematische Analyse der in der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte genannten Menschenrechte hinsichtlich deren Relevanz und Auswirkungen auf unterschiedliche Geschäftseinheiten durch. Basierend auf den Ergebnissen haben wir unsere strategische Ausrichtung überprüft und entwickeln kontinuierlich unseren Sorgfaltsprozess für das Unternehmen und in Bezug auf Geschäftspartner weiter. Die internationalen und arbeitsteiligen Wertschöpfungsprozesse in der Automobilindustrie führen vor allem zu Risiken in der Lieferkette. Aus diesem Grund liegt ein Fokus unserer laufenden Risikoprüfungen in Bezug auf Menschenrechte auf diesem Bereich. Unser dreistufiger Risikomanagementprozess für die Lieferkette umfasst Risikofilter, Selbstauskunft und Audits. Insgesamt wurden 2016 5.616 nominierte, aktive und potenzielle Lieferanten mithilfe des Fragebogens überprüft. Dies umfasste 89 % der neuen Lieferanten für produktionsbezogenes Material mit einem Vergabevolumen über 2 Mio. € der BMW AG sowie 96 % der neuen Lieferanten für nicht produktionsbezogenes Material mit einem Vergabevolumen über 5 Mio. € der BMW AG (→ Kapitel 3.3, Abschnitt zum Risikomanagementprozess). Menschenrechte sind zudem integraler Bestandteil im Bewertungsprozess für neue Standorte.	✓

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Allgemeine Standardangaben

→ Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
	Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Menschenrechten		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 3.3, Seite 70–79	(UNGC 1, 2, 3, 4, 5, 6) ¹	✓
G4-HR10	Anteil neuer Lieferanten, die bzgl. Menschenrechten überprüft wurden → Siehe Kapitel 3.3, Seite 73–74		✓
G4-HR11	Wesentliche Auswirkungen auf Menschenrechte in der Lieferkette → Siehe Kapitel 3.3, Seite 75–76	Wesentliche negative Auswirkungen in unserem Lieferantennetzwerk sind uns nicht bekannt. Es können keine prozentualen Angaben zur Lieferantenzahl gemacht werden, da diese derzeit nicht zuverlässig erfasst werden kann.	✓
	Beschwerdemechanismen hinsichtlich Menschenrechtsverletzungen		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 5.3, Seite 114, 116	(UNGC 1, 2, 3, 4, 5, 6) ¹	✓
G4-HR12	Formelle Beschwerden bzgl. Menschenrechtsverletzungen → Siehe Kapitel 5.3, Seite 116		✓

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Allgemeine Standardangaben

→ Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
	Korruptionsbekämpfung		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 5.3, Seite 114–115 → BMW Group Geschäftsbericht 2016	(UNGC 10) ¹	✓*
G4-S03	Anteil der auf Korruptionsrisiken überprüften Geschäftsstandorte und ermittelte Risiken → Siehe Kapitel 5.3, Seite 114–115 → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Compliance in der BMW Group, → Seite 207		✓*
G4-S04	Informationen und Schulungen zur Korruptionsbekämpfung → Siehe Kapitel 5.3, Seite 115 → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Compliance in der BMW Group, → Seite 207	Für alle Führungskräfte der BMW Group ist die Schulung zu den Grundlagen der Compliance und zur Korruptionsvermeidung verpflichtend durchzuführen. Darüber hinaus ist es Aufgabe der Führungskräfte, aus der Gruppe der Tarifmitarbeiter Teilnehmer für die Trainings zu benennen und für die Durchführung zu sorgen.	✓*

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Allgemeine Standardangaben

→ Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
G4-S05	Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Bericht des Aufsichtsrats, → Seite 8 ff. Compliance in der BMW Group, → Seite 207	<p>Wesentliche Verstöße gegen den BMW Group Verhaltenskodex oder gegen den BMW Group Grundsatz Korruptionsvermeidung (laut Antikorruptionsrichtlinie) werden im Geschäftsbericht der BMW AG im Abschnitt Compliance dargestellt, ebenso ihre juristische Aufarbeitung.</p> <p>Im Jahr 2016 sind keine derartigen Regel- oder Rechtsverstöße bekannt geworden. Gleichzeitig gab es im Berichtszeitraum auch keine abgeschlossenen gerichtlichen Verfahren in Bezug auf korrupte Praktiken. Derzeit verfügt die BMW Group nicht über konzernweit umfassende Informationen zu arbeitsrechtlichen Sanktionen als Folge von Rechtsverstößen. Aus diesem Grund wird dieser Aspekt des Indikators nicht vollständig berichtet. Daten zur Erhebung der Gesamtzahl der Fälle, in denen Verträge mit Geschäftspartnern aufgrund von Verstößen im Zusammenhang mit Korruption nicht verlängert wurden, liegen derzeit ebenfalls noch nicht umfassend vor. Wir planen, diese Daten nach Möglichkeit bis 2018 in unser Datenerfassungssystem zu integrieren.</p>	✓*

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Allgemeine Standardangaben

→ Spezifische Standardangaben
Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
	Wettbewerbswidriges Verhalten		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 5.3, Seite 114–115	(UNGC 10) ¹	✓*
G4-S07	Verfahren aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens oder Kartellbildung → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Bericht des Aufsichtsrats, → Seite 8ff. Compliance in der BMW Group, → Seite 207	Abgesehen von dem Verfahren gegen die BMW Australia Finance Ltd. handelt es sich bei den gemeldeten Compliance-Verstoß- und Verdachtsfällen um Einzelfälle ohne systemisch angelegten Ursachenhintergrund. Insgesamt besteht – speziell in Europa – in den Bereichen Vertrieb und Finanzdienstleistungen ein erhöhtes Risiko für mögliche Kartellrechtsverstöße, das sich in einigen Fällen in behördlichen Ermittlungsverfahren und Bußgeldern niedergeschlagen hat.	✓*
	Bewertung der Lieferanten hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 3.3, Seite 70–79	(UNGC 10) ¹	✓
G4-S09	Anteil neuer Lieferanten, die bzgl. Auswirkungen auf die Gesellschaft überprüft wurden → Siehe Kapitel 3.3, Seite 73–74		✓
G4-S010	Negative gesellschaftliche Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen → Siehe Kapitel 3.3, Seite 75–76	Wesentliche negative Auswirkungen in unserem Lieferantennetzwerk sind uns nicht bekannt. Es können keine prozentualen Angaben zur Lieferantenzahl gemacht werden, da diese derzeit nicht zuverlässig erfasst werden kann.	✓

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Allgemeine Standardangaben

→ Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
	Kundengesundheit und -sicherheit		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 5.2, Seite 111 → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Bericht des Aufsichtsrats, → Seite 8ff. Compliance in der BMW Group, → Seite 207		✓
G4-PR1	Anteil wesentlicher Produkte und Dienstleistungen, die auf Sicherheit und Gesundheit geprüft wurden → Siehe Kapitel 5.2, Seite 111	Alle BMW Group Produkte werden unter strenger Anwendung von Qualitätsmanagementsystemen entwickelt und die Fahrzeugsicherheit wird geprüft, um Verbesserungspotenziale zu ermitteln.	✓
G4-PR2	Vorfälle der Nichteinhaltung von Vorschriften und freiwilligen Verhaltensregeln bzgl. Gesundheit und Sicherheit der Produkte und Dienstleistungen → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Bericht des Aufsichtsrats, → Seite 8ff. Compliance in der BMW Group, → Seite 207	Generell gilt für alle Compliance-relevanten Sachverhalte: Die im Jahr 2016 eingegangenen Hinweise und festgestellten Verstöße in Einzelfällen ergaben keine Hinweise auf schwerwiegende oder systemisch bedingte Compliance-Verstöße.	✓*
	Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 5.1 und 5.2, Seite 109–112		✓
G4-PR3	Grundsätze und Verfahren zur Produktkennzeichnung sowie Anteil der Produkte und Dienstleistungen, die diesen unterliegen → Siehe Kapitel 5.2, Seite 112		✓
G4-PR4	Verstöße gegen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln bzgl. Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen → BMW Group Geschäftsbericht 2016 Bericht des Aufsichtsrats, → Seite 8ff. Compliance in der BMW Group, → Seite 207	Generell gilt für alle Compliance-relevanten Sachverhalte: Die im Jahr 2016 eingegangenen Hinweise und festgestellten Verstöße in Einzelfällen ergaben keine Hinweise auf schwerwiegende oder systemisch bedingte Compliance-Verstöße.	✓*

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Allgemeine Standardangaben

→ Spezifische Standardangaben

Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Code	Themen und Seitenverweise	Auslassungen und Kommentare	Externe Prüfung
G4-PR5	Ergebnisse zu Umfragen zur Kundenzufriedenheit → Siehe Kapitel 5.1, Seite 109–110		✓
	Schutz der Privatsphäre von Kunden		
	Managementansatz → Siehe Kapitel 2.3, Seite 48		✓
G4-PR8	Berechtigte Datenschutzbeschwerden	Die Anzahl der Vorfälle unterliegt internen Vertraulichkeitsauflagen.	

¹ UNGC: Referenzen zu den Global-Compact-Prinzipien der Vereinten Nationen

*Abgestimmt mit dem geprüften Teil des BMW Group Geschäftsbericht 2016

Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen

Wesentliche GRI-Aspekte der BMW Group
(G4-19)Innerhalb der BMW Group wesentlich
G4-20Außerhalb der BMW Group wesentlich
G4-21**Sozioökonomische Auswirkungen auf die Gesellschaft**Wirtschaftliche Leistung
Indirekte wirtschaftliche AuswirkungenWesentlich
WesentlichLieferkette
Lieferkette**Design for Recycling**Materialien
Produkte und DienstleistungenWesentlich
WesentlichLieferkette, Entsorger
Lieferkette, Entsorger**Energieeffizienz und CO₂-Emissionen der Wertschöpfung**Energie
EmissionenWesentlich
WesentlichLieferkette
Lieferkette**Kraftstoffeffizienz und CO₂-Emissionen der Fahrzeuge**Energie
EmissionenWesentlich
WesentlichHändler, Kunden
Händler, Kunden**Schadstoffemissionen der Fahrzeuge**

Emissionen

Wesentlich

Lieferkette, Händler, Kunden

Schadstoffemissionen der Wertschöpfung

Emissionen

Wesentlich

Lieferkette

Alternative Antriebstechnologien

Produkte und Dienstleistungen

Wesentlich

Lieferkette, Händler, Kunden

Attraktiver Arbeitsplatz, Talentfindung und -bindungBeschäftigung
Gleicher Lohn für Frauen und MännerWesentlich
Wesentlich**Arbeits- und Gesundheitsschutz**

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Wesentlich

Lieferkette, Händler

Mitarbeiterentwicklung, Aus- und Weiterbildung

Aus- und Weiterbildung

Wesentlich

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Allgemeine Standardangaben

Spezifische Standardangaben

→ Ermittelte wesentliche Aspekte
und Grenzen

Anhang

Wesentliche GRI-Aspekte der BMW Group
(G4-19)Innerhalb der BMW Group wesentlich
G4-20Außerhalb der BMW Group wesentlich
G4-21**Vielfalt und Chancengleichheit**

Vielfalt und Chancengleichheit
Gleicher Lohn für Frauen und Männer
Gleichbehandlung

Wesentlich
Wesentlich
Wesentlich

Lieferkette

Lieferkette

Menschenrechte

Investitionen
Prüfung
Bewertung der Lieferanten hinsichtlich
Menschenrechtsverletzungen
Beschwerdemechanismen hinsichtlich
Menschenrechtsverletzungen

Wesentlich
Wesentlich

Wesentlich

Wesentlich

Lieferkette
Lieferkette

Lieferkette

Lieferkette

**Bekämpfung von Korruption und wettbewerbs-
widrigem Verhalten**

Korruptionsbekämpfung
Wettbewerbswidriges Verhalten

Wesentlich
Wesentlich

Lieferkette, Händler
Lieferkette, Händler

Produktsicherheit

Kundengesundheit und -sicherheit

Wesentlich

Kunden

Kundenzufriedenheit

Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen

Wesentlich

Händler

Datenschutz

Schutz der Privatsphäre des Kunden

Wesentlich

Händler

Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette

Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte
Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken
Bewertung der Lieferanten hinsichtlich
Menschenrechtsverletzungen
Bewertung der Lieferanten hinsichtlich gesellschaftlicher
Auswirkungen

Wesentlich
Wesentlich

Wesentlich

Wesentlich

Lieferkette
Lieferkette

Lieferkette

Lieferkette

Vernetztes und autonomes Fahren

Wesentlich

Mobilitätskonzepte und -dienstleistungen

Wesentlich

Einführung

1

Strategie

2

Produkte
und Dienstleistungen

3

Produktion
und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter
und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

→ **Anhang**

Über diesen Bericht

Vermerk des unabhängigen
Wirtschaftsprüfers

Verbrauchs- und
CO₂-Emissionswerte

Impressum

ANHANG

ÜBER DIESEN BERICHT

Mit dem Sustainable Value Report (SVR) 2016 informiert die BMW Group ihre Stakeholder ausführlich über die Nachhaltigkeitsstrategie und die Fortschritte bei der Verankerung von Nachhaltigkeit im Unternehmen. Der Sustainable Value Report 2016 wurde in Übereinstimmung mit der umfassenden Option des Leitfadens der Global Reporting Initiative (→ GRI G4) erstellt. Dies ist die höchste bei → GRI G4 vorgesehene Transparenzstufe.

Berichtsgliederung

Die Berichtsgliederung orientiert sich an den langfristigen Nachhaltigkeitszielen der BMW Group. Die Gewichtung der berichteten Themen basiert auf den Ergebnissen unseres systematischen Materialitätsprozesses →. Der Berichtsumfang und die Aspektgrenzen orientieren sich damit am Sustainable Value Report 2015. → GRI G4-23

→ Siehe
Kapitel 1

Der Bericht stellt zu Beginn jedes Kapitels auf einer Seite die wichtigsten Fakten im Überblick dar. Die Unterkapitel werden jeweils mit dem langfristigen Nachhaltigkeitsziel der BMW Group eingeführt. Der Bericht beinhaltet die wichtigsten Kennzahlen, mit deren Hilfe die Nachhaltigkeitsleistung der BMW Group gemessen und gesteuert wird. Wo es sinnvoll erscheint, verweisen wir auf ergänzende Informationen im Geschäftsbericht oder auf weitere Internetseiten der BMW Group.

Darüber hinaus berichten wir, zusätzlich zu den im Hauptteil dargestellten wesentlichen Indikatoren, weiterführende Nachhaltigkeitskennzahlen.

Der Bericht wird auf Deutsch und Englisch veröffentlicht. Um eine bessere Lesbarkeit zu gewährleisten, haben wir auf geschlechtsbezogene Doppelnennungen verzichtet und stattdessen die männliche Schreibweise gewählt.

Geltungsbereich

Berichtszeitraum ist das Kalenderjahr 2016. Stichtag aller Daten und Fakten ist der 31. 12. 2016. → GRI G4-28 Der Sustainable Value Report erscheint jährlich. → GRI G4-30 Der letzte Bericht wurde im März 2016 als interaktives PDF veröffentlicht und deckte das Geschäftsjahr 2015 ab. → GRI G4-29

Die Aussagen zur BMW Group im Sustainable Value Report 2016 beziehen sich grundsätzlich auf den Konsolidierungskreis des Geschäftsberichts 2016. Bei Abweichungen davon haben wir den Betrachtungsumfang in den Fußnoten der jeweiligen Tabellen und Grafiken kenntlich gemacht. → GRI G4-17 Hinweise zu den Berechnungsmethoden stehen in Fußnoten bei den jeweiligen Grafiken. Im Abschnitt „Weiterführende Kennzahlen“ sind in der Regel die Werte der Kennzahlen für die Jahre 2012 bis 2016 abgebildet (ausgenommen Kennzahlen, die erst nach 2012 relevant wurden). Sie beziehen sich auf die gesamte BMW Group. Eine Ausnahme bilden Zahlen zu standortspezifischen Themen und zu lokal gesteuerten Nachhaltigkeitsaktivitäten. In diesen Fällen haben wir die Angaben um den entsprechenden Geltungsbereich, zum Beispiel BMW AG, ergänzt. Im Hinblick auf die Struktur der Lieferkette und die Beziehung zu Lieferanten, einschließlich der Auswahl und Beendigung des Vertragsverhältnisses, gab es keine wesentlichen Änderungen. → GRI G4-13

Der BMW Group Sustainable Value Report 2016 wird online auf der BMW Group Website veröffentlicht. Der nächste Sustainable Value Report erscheint im Frühjahr 2018.

UN Global Compact – Fortschrittsbericht

Die BMW Group hat sich 2001 zu den Prinzipien des → **Global Compact** der Vereinten Nationen verpflichtet und informiert mit diesem Bericht erneut über Fortschritte bei der Erfüllung dieser Prinzipien. Die Verweise auf die Global-Compact-Prinzipien wurden in den → **GRI G4 Content Index** integriert.

Externe Validierung

Der gesamte Bericht (alle Kapiteltexte sowie weiterführende Kennzahlen) wurde von der PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, mit Limited Assurance nach ISAE3000 (revised), geprüft → **Siehe Prüfbescheinigung**. → GRI G4-33 Die Indikatoren der Bereiche Umweltschutz und Arbeitssicherheit wurden im Rahmen von Audits, basierend auf ISO 14001, EMAS und OHSAS, von externen Auditoren und Gutachtern überprüft.

Die Auswahl des unabhängigen Prüfdienstleiters für den Sustainable Value Report erfolgt durch die Bereiche Konzernberichtswesen, Konzernkommunikation und Politik sowie Konzernplanung und Produktstrategie. Die fachliche Freigabe erfolgt durch Frau Ursula Mathar, Leiterin Nachhaltigkeit und Umweltschutz, und Herrn Dr. Thomas Becker, Leiter Politik und Außenbeziehungen. Die Gesamtverantwortung trägt der Vorstand der BMW Group. Mit der externen Prüfung wollen wir die Verlässlichkeit und Vertrauenswürdigkeit der angegebenen Informationen für die Öffentlichkeit nachvollziehbar dokumentieren. Außerdem erhalten wir auch immer wieder Impulse für Verbesserungen und Innovationen im Berichtsprozess. → GRI G4-33, GRI G4-48

Zukunftsgerichtete Aussagen

Der Sustainable Value Report 2016 der BMW Group enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf den aktuellen Annahmen und Prognosen der BMW Group beruhen. Verschiedene bekannte wie auch unbekannt Risiken, Ungewissheiten und andere Faktoren können dazu führen, dass die tatsächlichen Ergebnisse, die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage, die Entwicklung oder die Leistung des Unternehmens wesentlich von hier gegebenen Einschätzungen abweichen. Die BMW Group übernimmt keinerlei Verpflichtung, solche zukunftsgerichteten Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit von Nachhaltigkeitsinformationen

An die BMW AG, München

Wir haben die Angaben im Sustainable Value Report 2016 der BMW AG, München, (im Folgenden: die Gesellschaft) für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2016 (im Folgenden „Sustainable Value Report“) einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.¹

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Aufstellung des Sustainable Value Reports in Übereinstimmung mit den in den G4 Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative genannten Grundsätzen (im Folgenden: „GRI-Kriterien“).

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Nachhaltigkeitsangaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Nachhaltigkeitsberichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

Unabhängigkeit und Qualitätssicherung der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Wir haben die deutschen berufsrechtlichen Vorschriften zur Unabhängigkeit sowie weitere berufliche Verhaltensanforderungen eingehalten.

Unsere Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen – insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer (BS WP/vBP) sowie des vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) herausgegebenen Entwurfs eines IDW Qualitätssicherungsstandards 1 „Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis“ (IDW EQS 1) – an und unterhält dementsprechend ein umfangreiches Qualitätssicherungssystem, das dokumentierte Regelungen und Maßnahmen in Bezug auf die Einhaltung beruflicher Verhaltensanforderungen, beruflicher Standards sowie maßgebender gesetzlicher und anderer rechtlicher Anforderungen umfasst.

¹ Unsere betriebswirtschaftliche Prüfung erstreckt sich auf die deutsche Fassung des Sustainable Value Reports 2016.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Tätigkeiten eine Beurteilung der Angaben im Sustainable Value Report abzugeben.

Nicht Gegenstand unseres Auftrages ist die Beurteilung von externen Dokumentationsquellen oder Expertenmeinungen, auf die im Sustainable Value Report verwiesen wird.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass bei kritischer Würdigung mit einer begrenzten Sicherheit ausgeschlossen werden kann, dass die Angaben in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den GRI-Kriterien aufgestellt worden sind. Bei einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Sicherheit gewonnen wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers. Dies beinhaltet die Beurteilung von Risiken wesentlicher falscher Angaben im Sustainable Value Report unter Zugrundelegung der GRI-Kriterien.

Einführung

1

Strategie

2

Produkte und Dienstleistungen

3

Produktion und Wertschöpfung

4

Mitarbeiter und Gesellschaft

5

Fundamente

Weiterführende Kennzahlen

GRI G4 Content Index

Anhang

Über diesen Bericht

→ **Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers**

Verbrauchs- und CO₂-Emissionswerte

Impressum

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir unter anderem folgende Tätigkeiten durchgeführt:

- Verschaffung eines Verständnisses über die Struktur der Nachhaltigkeitsorganisation und über die Einbindung von Stakeholdern
- Befragung von Mitarbeitern, die in die Aufstellung des Sustainable Value Reports einbezogen wurden, über den Aufstellungsprozess, über das auf diesen Prozess bezogene interne Kontrollsystem sowie über ausgewählte Angaben im Sustainable Value Report
- Durchführung von Vor-Ort-Besuchen im Rahmen der Untersuchung der Prozesse zur Erhebung, Analyse und Aggregation ausgewählter Angaben:
 - in der Konzernzentrale in München
 - im Werk Leipzig (Deutschland)
 - im Werk Landshut (Deutschland)
 - im Werk Oxford (Großbritannien)
 - im Werk Swindon (Großbritannien)
 - im Werk Hams Hall (Großbritannien)
- analytische Beurteilung ausgewählter Angaben im Sustainable Value Report
- Befragung der Mitarbeiter, die für die im Bericht enthaltenen Angaben zu Flottenemissionen und Kraftstoffverbräuchen verantwortlich sind, sowie Abgleich einzelner Angaben zu Flottenemissionen und Kraftstoffverbräuchen mit den offiziellen Kraftstoffverbrauchs- und Emissions-Typprüfwerten des Kraftfahrt-Bundesamtes
- Abgleich von Angaben mit den entsprechenden Daten im Konzernabschluss und Konzernlagebericht
- Beurteilung der Darstellung der ausgewählten Angaben zur Nachhaltigkeitsleistung

Urteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die Angaben im Sustainable Value Report der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2016 in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den GRI-Kriterien aufgestellt worden sind.

Ergänzende Hinweise – Empfehlungen

Ohne das oben dargestellte Urteil einzuschränken, sprechen wir folgende Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsmanagements und der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Gesellschaft aus:

- stärkere Formalisierung des internen Kontrollsystems für Nachhaltigkeitsinformationen
- weitere Harmonisierung und Automatisierung der weltweiten Berichterstattungsprozesse für nicht finanzielle Informationen

Verwendungszweck des Vermerks

Wir erteilen diesen Vermerk auf Grundlage des mit der Gesellschaft geschlossenen Auftrags. Die Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit wurde für Zwecke der Gesellschaft durchgeführt und der Vermerk ist nur zur Information der Gesellschaft über das Ergebnis der Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit bestimmt. Der Vermerk ist nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-)Entscheidungen treffen. Unsere Verantwortung besteht allein der Gesellschaft gegenüber. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung.

München, den 20. März 2017

PricewaterhouseCoopers GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Andreas Fell Hendrik Fink
Wirtschaftsprüfer Wirtschaftsprüfer

VERBRAUCHS- UND CO₂-EMISSIONSWERTE DER IN DIESER PUBLIKATION VORGESTELLTEN FAHRZEUGE

Modell	Innerorts (l/100 km)	Außerorts (l/100 km)	Kombiniert (l/100 km)	CO ₂ -Emissionen kombiniert (g/km)	Stromverbrauch kombiniert (zusätzlich zum Kraftstoffverbrauch) (kWh/100 km)
BMW i3 (60 Ah) mit Range Extender	Entfällt	Entfällt	0,6	13	13,5
BMW i3 (60 Ah)	Entfällt	Entfällt	0	0	12,9
BMW i3 (94 Ah) mit Range Extender	Entfällt	Entfällt	0,6	13–12	11,9–11,3
BMW i3 (94 Ah)	Entfällt	Entfällt	0	0	13,1–12,6

Modell	Innerorts (l/100 km)	Außerorts (l/100 km)	Kombiniert (l/100 km)	CO ₂ -Emissionen kombiniert (g/km)	Stromverbrauch kombiniert (zusätzlich zum Kraftstoffverbrauch) (kWh/100 km)
BMW i8	Entfällt	Entfällt	2,1	49	11,9
BMW 225xe iPerformance Active Tourer	Entfällt	Entfällt	2,1–2,0	49–46	11,9–11,8
BMW 330e iPerformance	Entfällt	Entfällt	2,1–1,9	49–44	11,9–11,0
BMW X5 xDrive40e iPerformance	Entfällt	Entfällt	3,4–3,3	78–77	15,4–15,3
BMW 740e iPerformance	Entfällt	Entfällt	2,2–2,1	50–49	13,3–13,1
BMW 740Le iPerformance	Entfällt	Entfällt	2,2–2,1	51–49	13,3–13,1
BMW 740Le xDrive iPerformance	Entfällt	Entfällt	2,5–2,4	56–54	13,9–13,7

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und zu den offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem „Leitfaden über Kraftstoffverbrauch, die CO₂-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen“ entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen, bei der DAT Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Hellmuth-Hirth-Straße 1, 73760 Ostfildern und unter → <http://www.dat.de/angebote/verlagsprodukte/leitfaden-kraftstoffverbrauch.html> unentgeltlich erhältlich ist.

Die Angaben zu Kraftstoffverbrauch, CO₂-Emissionen und Stromverbrauch gelten bei Spannenangaben in Abhängigkeit von der gewählten Rad- und Reifengröße.

Stand: März 2017. Weitere, ständig aktualisierte Informationen zu den in dieser Publikation genannten Fahrzeugen erhalten Sie im Internet unter den Adressen → www.bmw.com, → www.mini.com und → www.rolls-roycemotorcars.com.

WIR FREUEN UNS AUF IHRE KONTAKTAUFNAHME

An diesem Sustainable Value Report 2016 haben zahlreiche Mitarbeiter der BMW Group mitgewirkt. Gerne beantworten wir Ihre Fragen und leiten sie bei Bedarf an die zuständigen Fachstellen weiter.



Kai Zöbelein

Kommunikation Nachhaltigkeit

Telefon: +49 89 382-21170

E-Mail: Kai.Zoebelein@bmwgroup.com



Milena Pighi

Kommunikation Nachhaltigkeit

Telefon: +49 89 382-66563

E-Mail: Milena.PA.Pighi@bmwgroup.com

BMW Group

Petuelring 130

80788 München

+49 89 382-0

→ www.bmwgroup.com

Mehr von der BMW Group

→ www.bmwgroup-classic.com

→ www.bmw-welt.com

Social Media

Facebook → www.facebook.com/BMWGroup

Twitter → www.twitter.com/BMWGroup

YouTube → www.youtube.com/BMWGroupview

Google+ → www.google.com/+BMWGroup

Die Marken der BMW Group im Internet

→ www.bmw.com

→ www.mini.com

→ www.rolls-roycemotorcars.com

→ www.bmw-motorrad.com